

De Facebook pagina voor beginners

Een heldere handleiding

1. Opzetten van een pagina
2. Hoe krijg ik fans?
3. Interactie: do's and don'ts
4. Pagina of profiel?
5. Pagina of groep?

Opzetten van een pagina

Facebook bestaat grofweg gezegd uit:

- [Vriendenprofielen](#)
- (Zakelijke) [Pagina's](#)

Vriendenprofiel

Voor de meeste mensen is het eigen persoonlijke profiel de basis van het leven op facebook. Vanuit een vriendenprofiel maak je connecties met vrienden en bekenden. Wanneer je 'bevriend' bent met iemand heb je toegang tot alles wat deze persoon op Facebook aan berichten plaatst. Doorgaans bekijk je deze berichten niet op de profielpagina van die persoon, maar lees je ze in jouw persoonlijke nieuwsfeed op de startpagina. In deze feed staan alle berichten van je vrienden onder elkaar.

Pagina's

Naast de vriendenprofielen kun je je ook verbinden aan zogenaamde pagina's. Vroeger werd je 'fan' van zo'n pagina. Tegenwoordig kun je een pagina 'leuk vinden' door bovenaan de pagina op de knop 'vind ik leuk' te klikken. Je bent vanaf dat moment 'geabonneerd' op de berichten die deze pagina op Facebook plaatst. Dat betekent dat deze berichten in je nieuwsfeed terecht komen, tussen de berichten van je vrienden.

Geen pagina zonder profiel

Wie voor zijn bedrijf een zakelijke pagina wil aanmaken begint altijd met een vriendenprofiel. Dit is noodzakelijk, omdat een pagina altijd gekoppeld moet zijn aan een profiel. Als zzp'er ligt het voor de hand om je bedrijfspagina te koppelen aan je eigen profiel waarmee je al actief bent op Facebook.

Wanneer je nog niet actief bent op Facebook zul je dus eerst een persoonlijk profiel moeten aanmaken. Je hoeft met dit vriendenprofiel in principe niets te doen, maar je hebt het nodig om een pagina mee op te zetten.

Veel mensen vragen zich af wat het verschil is tussen een vriendenprofiel en een zakelijke pagina en welke het meest geschikt is voor jouw bedrijf. In hoofdstuk 5 van dit document staan de voor en nadelen van beide opties op een rij. Deze kunnen je helpen met de keuze tussen een vriendenprofiel en een zakelijke pagina.

Wanneer je eenmaal een vriendenprofiel hebt, ben je klaar om een [pagina aan te maken](#).

Vanaf dit punt zijn er een aantal stappen die je moet doorlopen, voordat je content kan gaan plaatsen op je pagina:

Kies het soort pagina

Facebook maakt bijvoorbeeld onderscheid tussen merken, lokale bedrijven, bedrijven en artiesten. De keuze is bepalend voor de manier waarop je de pagina kunt inrichten, dus neem even de tijd om de juiste keuze te maken.

Kies de juiste categorie

Een diëtiste die bij soort pagina "bedrijf, organisatie of instelling" heeft gekozen kan hier het vakgebied verder specificeren. In dit geval zal dat "gezondheid/medisch/geneesmiddelen" zijn.

Kies een naam

Doe dit zorgvuldig, want je kunt het achteraf niet meer wijzigen. Kies de (merk)naam waaronder je al bekend bent of wilt zijn. Zo word je goed gevonden op Facebook.

Voeg een afbeelding toe

Net zoals een vriendenprofiel een profielfoto heeft, zo heeft je pagina die ook. Een afbeelding kan maximaal 200 bij 600 pixels groot zijn. Houd er rekening mee dat de fans van jouw pagina deze afbeelding het vaakst zien in hun nieuwsfeed, in de vorm van een thumbnail. (heel klein dus!) Bedenk daarom bij het kiezen van je afbeelding hoe deze eruit ziet als thumbnail.

Probeer 'm zo te maken dat je logo ook nog herkenbaar is op dit formaat. Een van de functies van het hebben van een facebook page is namelijk dat jouw merk of bedrijf vaak in het gezichtsveld van je fans komt. Je beeldmerk speelt daarin een belangrijke rol.

Schrijf een korte en krachtige introtekst

Deze tekst staat in de linkerkolom van je pagina. Zet hier ook een link in naar de website van je bedrijf.

Maak een beschrijving

Dit is de informatie die mensen te zien krijgen als ze op 'info' klikken in de linkerkolom van je pagina. Hier kun je wat uitgebreider beschrijven wat je doet en wat de fans kunnen verwachten van je pagina.

Hoe krijg ik fans?

De beste manier om fans te verzamelen is door het regelmatig plaatsen van berichten. Dat kan nieuws zijn over je bezigheden van eigen bedrijf, maar ook tips, kennis en actuele ontwikkelingen in je branche of vakgebied. Breng in ieder geval een duidelijke **focus** aan in je content. Hierdoor is het duidelijk voor mensen wat ze aan jouw pagina hebben en is de kans groter dat ze blijven, als ze eenmaal fan zijn geworden.

Statusupdates/berichten

De term statusupdate verwijst naar alle soorten berichten die je als *persoon of pagina* kunt plaatsen op Facebook. Berichten kunnen uit een stukje tekst bestaan. Maar veel vaker bevat een statusupdate een of meer van de volgende type content:

- Foto
- Video
- Link

Bij het plaatsen van deze drie soorten content is het belangrijk om er ook een toelichting, oftewel een **prikkelende tekst** bij te schrijven. Daarmee verleid je de lezer om aandacht te besteden aan je foto, link of video. Foto's vallen erg op in de nieuwsfeed doordat Facebook het formaat van de preview heeft vergroot. Plaats dus altijd een foto bij je statusupdate als dat mogelijk is.

Naast deze drie elementen kun je je statusupdate ook verpakken als:

- Vraag

Dit is hetzelfde als een poll. Je formuleert een vraag waar je twee of meer antwoorden bij verzint, waar fans op kunnen 'stemmen'. Naast de antwoorden die je zelf verzint, kun je ook de mogelijkheid toevoegen voor gebruikers om zelf een antwoord te verzinnen.

Met een 'vraag' nodig je je fans uit tot interactie. Ook werkt een vraag heel viraal. Wanneer een fan heeft gestemd op jouw vraag, dan zien de vrienden van die fan dat in hun nieuwsfeed. Zo komen ook zij wellicht bij jouw vraag terecht.

Waar gaan mijn statusupdates over?

Foto's:

Van je producten, werkplek, de medewerkers of evenementen. Bedenk bij alles wat je doet voor je bedrijf of je er een foto van kunt maken, zodat je ze kunt verspreiden via je facebook pagina.

Links:

Naar content op je website, of naar interessante artikelen elders op het web. Ook is het goed om te linken naar collega's. Sociale media draaien om geven en nemen.

Notities:

Dit is een soort blogje, dat je aan kunt kleden met plaatjes.

Andere toepassingen:

Afhankelijk van je product kun je nog meer applicaties toevoegen aan de linkerkolom. Wanneer je bijvoorbeeld een kanaal op Youtube hebt, dan is daar een applicatie voor. Je kan de content die je op Youtube hebt staan ook aanbieden op je pagina.

Do's and don'ts.

1. 'Reageer op' en 'like' de comments van je fans.

Facebook is een interactief medium waar je een dialoog kan aangaan met je volgers. Voorkom dat je alleen maar aan het zenden bent, maar treed juist in contact met mensen.

2. Verwijder alleen aanstootgevende reacties

Wanneer je opbouwende kritiek krijgt, ga dan inhoudelijk in op het commentaar. Pas wanneer mensen echt ongepast gedrag kun je reacties verwijderen. Overigens komt dit zelden voor.

3. Geven en nemen

Je Facebook pagina kun je zien als een promotiekanaal, maar dat is slechts 1 aspect! Natuurlijk is het goed om af en toe te laten zien wat voor geweldig ontwerp je nu weer hebt gemaakt, of te linken naar je vernieuwde website. Maar maak niet alleen maar reclame voor jezelf.

Beschouw je pagina als een soort *borrel*, waar je ook naar de ander vraagt en op een natuurlijke manier verkent wat je voor elkaar kan betekenen. Als je mooi werk van een collega aantreft, plaats dan ook eens een linkje naar diens Facebook pagina. En als je een oproep ziet van iemand en jij kent wel weer iemand die...doe er dan iets mee, zoals je dat ook in het echte leven zou doen.

4. Kennis delen

Veel zelfstandigen gebruiken hun Facebook page als een kanaal om kleine porties van hun expertise te delen en mensen te voorzien van tips. Dat kan in de vorm van:

- citaten
- links naar artikelen elders op het web,
- links naar een uitgebreide blog op hun eigen site,
- of door het plaatsen van 'notities' op hun Facebook pagina.

Dit soort kleine hapbare brokjes info vinden mensen leuk om te lezen en het leent zich erg goed voor het medium internet.

5. Reageer altijd op vragen

Mensen kunnen direct vragen stellen op jouw pagina, of in reactie op jouw berichten met een hulpvraag komen. Probeer altijd zo goed mogelijk op die vragen te reageren. Ook als je het niet weet reageer je, door bv door te verwijzen naar andere bronnen. Reageer daarnaast ook op vragen van anderen die je buiten je eigen pagina tegenkomt en waar je iets mee kunt. Doe dat uit naam van je Facebook pagina. (lees onder punt 10 hoe dat werkt.)

6. Publiceer regelmatig, maar niet te vaak

Probeer een balans te vinden in de hoeveelheid berichten die je verspreidt via je Facebookpagina. Wil je echt veel fans verzamelen, dan zul je regelmatig relevante berichten moeten plaatsen. Wanneer je meerdere berichten op 1 dag plaatst, doe het dan niet vlak na elkaar. Dat wordt soms als irritant ervaren.

7. Zorg dat je statusupdates mooi en leesbaar zijn

Maak een tekst niet langer dan 5 regels. Zodra er meer dan 5 regels zijn, verschijnt er een 'lees verder'. Idealiter gebruik je 2 tot 4 regels met gemiddeld 12 woorden per zin.

8. Verleid!

Schrijf een pakkende, prikkelende tekst. Verleid de lezer om op je link of foto te klikken. Zorg dat de tekst nieuwsgierigheid oproept.

9. Taggen

Wanneer je status update over personen of andere pagina's gaan, verwerk deze dan in je tekstje als tag. Dit kan wanneer de betreffende persoon een profiel heeft op Facebook en jullie bevriend zijn, of wanneer jij fan bent van een pagina.

Hoe tag ik een pagina of persoon?

- Typ een @ en daarna de eerste letter van de pagina of naam.
- Kies de juiste naam uit het uitklapmenu
- De pagina of persoon staat nu blauw gearceerd in jouw bericht.

NB: op het moment van schrijven (maart 2012) is het niet langer mogelijk om als 'pagina' een 'persoon' te taggen in een statusupdate. Wel kun je als pagina een andere pagina taggen. Toch vermeld ik het hier omdat dit soort dingen vaak vrij snel weer veranderen, dus houdt het in de gaten.

10. Link toevoegen

Stel, je wilt een link plaatsen naar een blogje op je eigen website.

- Plak de url van de blog in het tekstvak. Facebook maakt er nu automatisch een plaatje + beschrijving van. Wanneer je blogje geen plaatje bevat, verschijnt er uiteraard geen plaatje. Het is echter aan te raden om blogjes altijd van minstens 1 afbeelding te voorzien.
- Soms kun je uit meerdere plaatjes kiezen. Kies dan de afbeelding die het beste bij de link past.
- Het tekstje dat automatisch naast het plaatje verschijnt wordt door Facebook automatisch geselecteerd. Vaak is deze tekst prima, maar soms is het wenselijk deze te wijzigen. Ga daarvoor met je muis

- over dat tekstvlak. Dit vak wordt nu geel. Wanneer je er twee keer op klikt wordt het vak blauw en kun je de tekst bewerken.
- Ook de titel van de link kun je wijzigen op dezelfde wijze als hierboven.
 - In het tekstvak staat nu nog steeds de url. Die haal je weg en in plaats daarvan voeg je een prikkelende beschrijving te. Deze verschijnt uiteindelijk boven de link!
 - Volg voor die beschrijving de aanwijzingen onder A, B en C.

NB: Voeg geen link toe in het tekstvak van de statusupdate! Dat ziet er niet mooi uit. Als je toch een tweede link aan de tekst wil toevoegen, gebruik dan een URL-verkorter zoals <http://bit.ly>

11. Wees authentiek, interactief, eerlijk en persoonlijk

De leukste berichten op Facebook zijn toch wel de berichten waar je een echt mens achter voelt. Automatische feeds worden door mensen niet gelezen. Maar ook heel formeel opgestelde tekstjes worden sneller als reclame ervaren.

Houd vooral ook de reacties op jouw berichten in de gaten. En ga in op vragen die mensen stellen. Verwijder alleen echt grove en haatdragende berichten. Laat kritiek altijd staan en reageer er op. Op deze manier ben je als organisatie of merk toegankelijk. En hoe toegankelijker je bent, hoe beter je het doet op Facebook!

12. Facebook gebruiken als...

Het is mogelijk om op Facebook de identiteit aan te nemen van een pagina die je vanuit jouw profiel beheert.

Dit is een goede manier om die pagina zichtbaarder te maken op facebook.

Wanneer je op je pagina staat, zie je rechtsbovenin de tekst 'Facebook gebruiken als naam van de pagina' staan. Klik hier op en alles wat je nu op Facebook doet, doe je in naam van je pagina. Merk op dat rechts bovenin de interface niet meer je privé-icoontje staat, maar het icoontje van je pagina.

Ook zie je dat je startpagina niet het gebruikelijke nieuwsoverzicht toont. Immers, als pagina heb je nog geen connecties, dus is je nieuwsfeed waarschijnlijk nog leeg.

Je kan dus beginnen met het zoeken naar pagina's die jij leuk vindt en daar fan worden. Je zal zien dat vanaf dan alle berichten van die pagina's in de nieuwsfeed komen te staan. Vervolgens kun je de berichten van die pagina's liken, er op reageren of ze zelfs delen op je eigen pagina. Met dit soort activiteiten breng je je pagina onder de aandacht van de andere fans van die pagina's.

Een profiel of pagina?

Er zijn geen ijzeren wetten die je moet volgen bij het kiezen tussen een vriendenprofiel of een pagina. Toch raad ik om 3 redenen aan om altijd voor de pagina te kiezen wanneer je Facebook zakelijk gebruikt:

1. Vriendenlimiet

Aan een pagina zit geen maximum aantal fans vast. Bij een vriendenprofiel mag je niet meer dan 5.000 vrienden hebben.

2. Privacy

Een pagina is voor veel facebookers laagdrempeliger als het gaat om privacy. Een privé persoon die 'vriend' wordt met een organisatie stelt zijn of haar profiel daarmee open. Wat privacy betreft is het dus ingrijpender om vrienden te zijn met iemand, dan om een pagina leuk te vinden. Zo kan een pagina een persoon niet taggen. Een vriendenprofiel kan dat wel. Ook heeft de beheerder van een pagina geen toegang tot de profielen van fans. Hiermee blijven de persoonlijke updates, foto's etc. van de fans beschermd.

3. Interactie

Tegenwoordig kun je als privé-persoon ook een direct bericht sturen aan de beheerder van een pagina. Hierdoor kunnen je fans directer in contact komen met jou als beheerder. Eerder kon dit niet, wat voor sommige merken of organisaties een reden was om te toch te kiezen voor een vriendenprofiel. Dit omdat een vriendenprofiel meer interactie mogelijkheden bood. Nu is dat dus geen reden meer en kun je net zo goed voor een pagina kiezen.

4. Adverteren

Met een vriendeprofiel kun je geen gesponsorde advertenties maken.

5. Statistieken

Een pagina biedt de mogelijkheid om statistieken te bekijken over je fans. Een vriendenprofiel heeft die mogelijkheid niet.

6. Vindbaarheid

Pages zijn goed vindbaar door zoekmachines.

Een groep of een pagina?

Het fenomeen groep is verwant aan een pagina. Er zijn twee belangrijke verschillen:

1. Minder open

Het belangrijkste verschil is dat een groep minder open is. Wie lid wordt van een groep is 'lid'. De oprichter van een groep kan instellen dat alleen de beheerder mensen voor de groep kan uitnodigen. Ook kan de groep gesloten zijn, waardoor alleen de leden de berichten in de groep kunnen lezen.

2. Hoogdrempelig

Een ander verschil: wanneer ik als gebruiker lid word van een groep, dan komt deze als link in de linkerkolom van mijn startpagina te staan. Wanneer er nieuwe berichten worden geplaatst in de groep, dan verschijnt er achter dit linkje een cijfertje. Ook zul je van alle activiteit in een groep een notificatie ontvangen, in de vorm van een rood ballonnetje. Ik moet dus wel heel graag lid willen zijn van een groep, omdat ik veel intensiever word geconfronteerd met de activiteit van de groep. Lid worden van een groep is dus hoogdrempeliger.

In de meeste gevallen is het daarom wenselijker om een *pagina* op te richten.