

# Zakelijk twitteren

Recent onderzoek van Dialogic toont aan dat Twitter nog weinig gebruikt wordt onder de Nederlandse internetter. Verschillende sites voor spellen een enorme groei van het gebruik van de site, mede door de groeiende aandacht van media en de deelname van beroemdheden en politici, maar juist ook door het enorme aantal toepassingen dat van de oorspronkelijke site gebruikmaakt, de applicaties in de zogeheten Twitter-versie.

Het boekje *Zakelijk twitteren voor beginners* heeft dus een potentieel grote afzetmarkt bij mensen die nog willen instappen of het gebruik van Twitter beter willen leren doorgronden. Belangrijk voor zakelijke instappers is natuurlijk te weten waarom je een 'tweep' zou willen worden, maar vooral wat het je kost én wat het je oplevert; een soort business case dus. Pas in hoofdstuk 6 besteedt Carlijn Postma daar aandacht aan, nadat zij een korte beschrijving geeft over de historie en uitleg over hoe je kunt gaan deelnemen aan Twitter. Volgens Postma (zelf 649 followers, 395 following en 1486 updates op 29 april 2010) zijn de belangrijkste voordelen:

- nieuws verspreiden en ontvangen
- inzicht krijgen en verschaffen
- vragen stellen en antwoorden krijgen
- een extra marketingkanaal aanboren
- het nieuwe netwerken

Een netwerktoepassing voor *personal branding* en *crowdsourcing* dus, of in gewone mensentaal: jezelf verkopen en kennisdelen. Een mooie virtuele mogelijkheid tot verbinden op inhoud. Eerder in het boekje geeft Postma zelf ook als

"Tegenwoordig zijn zelfs burens soms vreemden. Je spreekt elkaar zonder gesprek, je kijkt naar elkaar zonder de ander te zien. Mensen communiceren via snelle korte boodschappjes. Onze samenleving wordt steeds individualistischer. Persoonlijke vrijheid is los komen te staan van verbondenheid met de gemeenschap. Maar zonder enig 'wij-gevoel' wordt ons bestaan leeg. Met virtuele ontmoetingen is die leegte niet te vullen; integendeel, afstanden worden juist vergroot."

Bron: Koningin Beatrix tijdens haar jaarlijkse toespraak op eerste kerstdag 2009



belangrijkste reden aan dat je moet gaan twitteren om effectief relaties op te bouwen met mensen die er zakelijk toe doen. Grappig, eerder sprak Koningin Beatrix in haar kersttoespraak nog haar zorgen uit over het gebruik van sociale media (zie kader). Volgens haar worden we steeds afstandelijker. Door internet zouden we juist geen echt contact meer hebben.

Mijn ervaring (en die van andere tweeps bleek uit reacties op de toespraak) is dat Twitter wel degelijk een effectief sociaal medium is. Als je tenminste van je virtuele contacten ook contacten *in real life* (IRL) maakt, want dat blijft uiteraard heel belangrijk. Er zijn voorbeelden te over van mensen die elkaar via Twitter hebben (her)ontmoet en die van daaruit waardevolle relaties hebben opgebouwd; zakelijk, persoonlijk en natuurlijk ook amoureuus.

Maar de ironie is natuurlijk ook dat veel mensen zich gedragen als de man in een reclamespot van Generatie KPN, die de gele tas van zijn vrouw online verkoopt vanuit het park. Veel mensen gedragen zich online nu eenmaal anders of durven niet voor hun ware identiteit uit te komen. De koningin krijgt dan gelijk, maar het heeft geen zin je op die manier zakelijk te manifesteren.

Het boekje geeft verder een aantal aardige tips voor de beginnende tweep. Hopelijk voorkomt een goede voorbe-

reiding de uitval van beginnende tweeps, welke volgens marketingbureau Nielsen op ongeveer 60 procent na de eerste maand ligt. De overblijvers zullen dan al snel behoefte hebben aan een opvolger van dit boekje, maar zij hebben dan vast al ontdekt dat veel informatie via het web beschikbaar is. **IK**

Bart van der Meij is zelfstandig adviseur

### Bronnen

- Breedband en de Gebruiker V, 'Wat doet en wil de Nederlandse internetter anno 2010?', Dialogic, april 2010, [www.breedbandgebruiker.nl/pdf/Dialogic%20\(2010\)%20-](http://www.breedbandgebruiker.nl/pdf/Dialogic%20(2010)%20-%20rapportage%20Breedband%20en%20de%20Gebruiker%202010.pdf)

- [%20rapportage%20Breedband%20en%20de%20Gebruiker%202010.pdf](http://www.breedbandgebruiker.nl/pdf/Dialogic%20(2010)%20-%20rapportage%20Breedband%20en%20de%20Gebruiker%202010.pdf)
- Gele Tas (video), KPN, [www.youtube.com/watch?v=BIK9c3FQp8M](http://www.youtube.com/watch?v=BIK9c3FQp8M)
- Kersttoespraak Koningin Beatrix 2009, [www.trouw.nl/nieuws/nederland/article2948680.ece/Integrale\\_tekst\\_kersttoespraak\\_koningin.html](http://www.trouw.nl/nieuws/nederland/article2948680.ece/Integrale_tekst_kersttoespraak_koningin.html)
- Twitter, [www.twitter.com](http://www.twitter.com)
- Twitter Quitters Post Roadblock to Long-Term Growth, 28 april 2009, [http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online\\_mobile/twitter-quitters-post-roadblock-to-long-term-growth](http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/twitter-quitters-post-roadblock-to-long-term-growth)



## Industry Watch

Wie zijn de belangrijkste leveranciers en adviseurs voor kenniscentra, bibliotheken en andere kennisintensieve organisaties? Wat doen ze en wat leveren ze? Binnenkort vindt u ze op [www.ikmagazine.nl](http://www.ikmagazine.nl) in de rubriek Industry Watch. Een online overzicht doorzoekbaar op naam, hoofdactiviteit en/of productsoort.

Is uw organisatie actief in de wereld van kennis en informatie? Levert u technologie, advies of andere diensten? Zorg dat kennis- en informatiespecialisten u weten te vinden. Laat de informatie over uw bedrijf opnemen in Industry Watch. Basisregistratie is gratis. Neem contact op met [moniquedejong@essentials-media.nl](mailto:moniquedejong@essentials-media.nl) en vraag naar de mogelijkheden.

De nieuwste onderzoeksrapporten direct paraat.

**FEITENenCIJFERS.NL**  
Direct toegang tot onderzoek 

*Bezoek [www.feitenencijfers.nl](http://www.feitenencijfers.nl) voor een gratis proefabonnement*