

Wat twitteren uw collega's? 10 voorbeelden

Twitter kan op veel verschillende manieren ingezet worden. In de horeca zien we nog steeds veel leuke en creatieve voorbeelden om producten aan te prijzen, door middel van foto's, ervaringen van andere gasten te delen, maar ook om volgers nieuwsgierig te maken. Door foto's in de tweet te plaatsen wordt een gevoel van ambachtelijkheid gecreëerd en wordt de (vers-)beleving vergroot. We hebben weer een paar leuke voorbeelden op een rijtje gezet.



@BTNGWN is een outdoor restaurant dan unieke dinerbelevingen verzorgt. Op 16 augustus sturen ze aan 750 volgers:

"Dank reacties in onze gastenboekjes tijdens het [#btngwn](#) diner op Texel! [#oestersenmeer](#) [#bosenduin](#) [#fruithofdeveen](#) <http://t.co/0SB4V28>"

Leuk om je gasten te bedanken op deze manier, met een foto erbij. Dit is ook weer een extra stimulans voor andere gasten om ook berichtjes in het gastenboek achter te laten, omdat ze zien dat het wordt gewaardeerd.



@Wendy_WijnSpijs twittert op 15 augustus naar 79 volgers:

"Gisteravond genoten van een bruschetta met gorgonzola, parmaham, gecarameliseerde peer, walnoten en wilde rucola. Recept? mail ons"

Heel leuk om de volgers hier lekker mee te maken, maar het is vaak wel een te grote stap om ook daadwerkelijk een e-mail te sturen om het recept te ontvangen. Beter is om dit al op je website te zetten, met een link in je tweet. Hiermee vergroot je ook je traffic van de website.



Op 9 augustus twittert **@ZMuseumcafe** naar hun 126 volgers:

"Zo, deze Groenmarktse pruimentartaart kan de oven in. Voor het ZMuseumcafe. Dat wordt morgen smullen! <http://t.co/yPIVScy>"

Twitter, waarvoor het bedoeld is! De foto van een zelfgebakken taart maakt de gasten nieuwsgierig.



Op 4 en 10 augustus heeft **@HotelTjaarda** contact met één van haar gasten, wat ook terecht komt bij 330 volgers:

"[@wietzebraem](#) Bedankt voor uw bericht. Wij ontvangen u graag als gasten in ons hotel! Graag tot zaterdag! Brengt u mooi weer mee?"

"[@wietzebraem](#), graag gedaan! Fijn te horen dat uw verblijf naar wens is geweest en graag tot volgend jaar. Groeten, Tjaarda Oranjewoud"

Dit is nog een leuke manier om je gasten te bedanken en te stimuleren om dit soort berichtjes achter te laten. Ervaringen van andere gasten zijn vaak de beste reclame! Het zou helemaal perfect zijn om ook de berichten van de gast te retweeten.



@reiskoffer twittert naar 89 volgers de belevingen van Travel Duck; het badeendje dat de hele wereld over reist:

"*#Travelduck #hoteldereiskoffer bezocht paradijs op aarde.. de Malediven! <http://twitpic.com/64sha2> <http://ow.ly/61u46>*"

Een hele simpele, maar leuke manier van marketing voeren, namelijk door de gasten zelf! Gasten kunnen foto's toezenden naar Hotel de Reiskoffer, op de site staan badeendjes in alle uithoeken van de wereld.



@IslaBeer gebruikt Twitter vooral om hun nieuwe bier te promoten door verschillende proefpersonen in te schakelen. Zo twitteren ze op 15 augustus aan 160 volgers:

"*Deze week komt de zomer misschien een beetje terug. Wie zou er volgens jou verrast moeten worden met een #islena? En waarom? #dtv*"

Door proefflesjes bier op te sturen naar volgers en te vragen naar hun ervaringen, wordt het product aangekaart. Leuk, om op deze manier je volgers bij het product te betrekken.



Om midden in de zomer te twitteren over het sinterklaasweekend, is natuurlijk een beetje gek. **@Landalnl** deed dit wel en dat zorgde voor behoorlijk wat commotie:

"*Bijv. de nieuwe 24pers op #Landal Aelderholt. Daar kun je nu een Sint verblijf winnen: <http://bit.ly/pG2b05> #twitterklaasactie*"

Tweeps konden dit bericht retweeten en maakten hierbij kans op een verblijf in een 24-persoons huisje in het sinterklaasweekend als ze @Landalnl volgen. Wanneer je zo'n actie goed en vooral groots aanpakt, zorgt dit voor veel commotie in Twitter-land en dus meer volgers en boekingen.



Op 5 augustus tweet **@veluwsebron** aan 1.750 volgers:

"*Speel onze BeWellnessed game en maak kans op leuke prijzen. Een compleet arrangement of 1 van de 250 entreevouchers! <http://ow.ly/5W4z6>*"

De Veluwe Bron heeft dus een spel ontwikkeld waarmee kaarten te winnen zijn. Dit is een leuke manier van een win-tweet; interactief en dit soort spelletjes vallen altijd goed in smaak.



Op 17 augustus stuurt **@cafetariabrobbel** aan 138 volgers:

"*We hebben op aanvraag ook gluten vrije snacks bij #cafetariaBrobbel*" Kort daarna twitteren ze het volgende: "*Wij snijden onze rauwkost iedere dag zelf #cafetariaBrobbel*"

Uit deze tweet, en de andere tweets wordt duidelijk dat ze vooral inzetten op productinformatie en transparantie. Ook twitteren ze regelmatig een 'twitteraanbieding van de dag'. Het zou helemaal leuk zijn als er ook foto's bij geplaatst zouden worden, voor de ultieme versbeleving.



@Herbergdewaard twittert op 3 augustus naar 197 volgers:

"Onze jager brengt straks een reebok geschoten bij Lauwersoog"

"Net binnengekomen mooi mooi mooi"

"En gelijk verwerken top! <http://t.co/uPTj2PT>"

Het blijft een klassiek voorbeeld, maar het blijft ook leuk om op deze manier gasten nieuwsgierig te maken. Een uitnodigende tweet, met foto. Dat creëert een versbeleving en gevoel van ambachtelijkheid.

Over ons

Op de hoogte blijven van onze eigen tweets? Volg Armand en Steven op **@rollemapartners** !