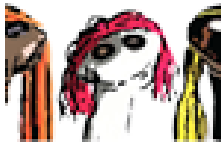


Wat Twitteren uw collega's? 10 voorbeelden

Met een toename van meer dan 10% is het Twitteraccount van horecatrends.com afgelopen maand gestegen naar ruim 3.100 volgers. De afdeling marketing en communicatie, die hiervoor verantwoordelijk is, leest veel tweets (berichten) van horecaondernemers. Ook deze maand hebben ze weer een aantal voorbeelden verzameld.

Het was weer een creatieve periode met veel opvallende tweets. De tien interessantste staan met een korte toelichting beschreven.



Pop-up espresso bar **@sokamsterdam** heeft veel rumour around the brand gecreëerd via Twitter. Op dinsdag 12 april was de eerste aankondiging en een dag erna volgde de update met de opening op 15 april. Binnen een week hebben ze meer dan 50 tweets geplaatst en 100 volgers verzameld. Mede dankzij een zonnige sociale website <http://www.sokamsterdam.nl/>.

"RT @BluiminckN: @OnnovanZanten en @sanderschat starten vernieuwend Summer Espresso Lab in Hartenstraat in Amsterdam. <http://bit.ly/fukBYQ>"

"SOK update: Opening this Friday! <http://is.gd/ZwFBHJ>"

Leuk detail is dat ze via Twitter ook tips voor de inrichting vroegen. "Iemand een leuk idee voor ongeveer 3x5 qua "kunst" of "kitch"? <http://plixi.com/p/92300933>"



@DeKoffiezaak reageerde op het bovenstaand bericht door aan 279 volgers te sturen:

"@sokamsterdam probeer @faith71"

Hiermee stuurt de koffiezaak een leuke tip door aan haar concullega's. Want @faith71 maakt (muur)schilderingen, twee vliegen in één tweet.



Op 4 april Twitterde **@VenezNL** om hun evenement in Rotterdam weer extra onder de aandacht te brengen. Voor, tijdens en na het evenement stuurden veel mensen contactverzoeken, meningen en scoops via Twitter. Deze waren te vinden op de zoektermen venez11 of #venez11.

"Laatste kans om gratis te registeren als bezoeker op www.VENEZ.nl. 5 & 6 april in de Cruise Terminal in Rotterda...<http://www.venez.nl/event>

Net te weinig tekens voor het hele bericht, in plaats van Rotterda.. konden ze ook #010 gebruiken.



@SandtonHotels heeft de Zoover Albatros trofee gewonnen voor de beste hotelketen in het eerste kwartaal van 2011. Alle berichten over het hotel en de felicitaties via Twitter werden geretweet door het hotel. Zo zijn bij alle ruim 1.100 volgers de felicitaties ook langskomen.

"RT [sandtoneind](#) Housekeeping Team Sandton Hotel Eindhoven wint Albatros trofee 1e kwartaal 2011. Beste performance van 160 hotels in Nederland!!!"



Felicities zijn altijd prettig om te versturen en ontvangen. Op die manier kan Twitter gebruikt worden om relaties te versterken. **@Hampshirehotels** (ruim 1.400 volgers) twitterde op 15 april.

"Gefeliciteerd [@badhoteldomburg](#) met de behaalde Golden [#greenkey](#). Benieuwd wat dit inhoud? <http://ow.ly/4AQ5D>"



@_RestaurantCity, het account van de gelijknamige restaurantgids met 272 volgers bedankt al haar volgers met een @ mention. Erg attent, maar bedenk wel dat de volgers dit iedere keer voorbij zien komen tussen de andere berichten. Zeker bij het groeiend aantal volgers is het aan te raden om nieuwe contacten persoonlijk via een DM (Direct Message) te bedanken, dus ook geen standaard DM.

"Welkom [@MrWellness](#), [@wonenmetlef](#), [@TapasbarMiVida](#) en [@rollemapartners](#)"



"[#asperges](#) komen zo binnen. Vanavond asperge [@draakhemingway](#)"

@hoteldedraak laat haar volgers weten dat er in hun hotelrestaurant Hemingway asperges aankomen. Door het op deze manier aan te kondigen spreken ze wellicht (andere) aspergeliefhebbers aan.

Het hotel organiseert ook een aspergeschilwedstrijd:
"[#BOZ](#), algemeen@hoteldedraak.nl, zin in asperges schillen, 15 mei aspergeschilwedstrijd [@brabantsewal](#)"



@HotelCasa400 in Amsterdam is fanatiek aan het twitteren. Inmiddels hebben ze ruim 1.100 volgers en organiseren ze twiners (Twitter diners) waarbij je zelf een plek aan tafel kan kiezen naast interessante tweeps (twitteraars). Daarnaast bieden ze ook een social menu.

"Dineren & netwerken met andere tweeps? Het kan met [#Twiner](#) in [@RestCircles](#)! Op 27/4 zijn nog een aantal plaatsen vrij! » <http://ow.ly/4zVQV>"

Het hotel heeft een goed overzicht van de tweeps zie ze zelf volgen. Dit komt omdat ze de relaties die ze (terug-)volgen aan verschillende lijsten binnen Twitter hebben toegevoegd zoals bijvoorbeeld:

[@HotelCasa400/meeting-guests](#) Everyone who had a meeting at Hotel Casa 400.

[@HotelCasa400/hotel-guests-4](#) Everyone who stayed in Hotel Casa 400.

[@HotelCasa400/casa-400-team](#) Employees of Hotel Casa 400 with an Twitter Account

Een bijkomend voordeel hiervan is dat twitteraars ook lid kunnen worden van een openbare lijst die voor hun relevant is. De privé-lijst is prettig als je onderscheid wilt maken tussen berichten van verschillende groepen twitteraars die je volgt, zonder dat het publiekelijk te zien is.



Op 16 maart stond restaurant Izkaya al op Horecatrends met hun E-Dining concept. Op 18 april twittert **@culivers** aan 791 volgers dat het restaurant op de Telegraaf-website staat.

Positief of negatieve ontwikkeling? RT @Tweetlozing: RT @WILLIAMMIERO: Digitaal dineren in Rotterdam <http://telegraaf.nl/s/9565323> #010



Er zijn verschillende retweet-acties geweest om naamsbekendheid te creëren, vaak voor nieuwe accounts. Niet iedere winactie is even succesvol of vanzelfsprekend. **@Cocktailblognl** heeft een actie opgezet waarbij volgers één van de vijf cocktailboeken konden winnen. Uiteindelijk zijn er drie boeken verloot en telt het Twitteraccount op 18 april 32 volgers.

"Cocktailblog RT Actie De eerste 50 followers + RT die meespelen om één van die vijf cocktailboeken! @COCKTAILBLOGnl/cocktailblog-rt-actie"
