

## Wat twitteren uw collega's? 10 voorbeelden

De afgelopen week zijn we met @horecatrends door de grens van 4.000 volgers heen gegaan. Een leuk moment om onze volgers eens extra te verwennen naast de dagelijkse trends. Daarom hebben we een wijnpakket van Night Party verloot onder de retweeters van dit bericht:

*"Kom in #zomerse sferen.. RT dit bericht en maak kans op een pakket Night Party wijn van @aude\_vin <http://bit.ly/mPYuj8>"*

Een 'normaal' RT en win bericht via Twitter. Er zijn natuurlijk allerlei varianten mogelijk, al dan niet gecombineerd met andere platformen als Hyves en Facebook.



Op 18 juli stuurt **@Bilderberg** aan 629 volgers:

*"Doe mee aan de Happy Summer fotowedstrijd van Libelle op Hyves en win een heerlijk weekend bij Bilderberg! [bit.ly/ohFdv1](http://bit.ly/ohFdv1)"*

Het is een actie die via @Libelle op meerdere plekken wordt ingezet. Op Hyves heeft Libelle bijna 17.500 vrienden en op Facebook 5.224 likes. Toch is de Hyves actiepagina in 6 dagen 'slechts' 260 keer bekeken en zijn er 48 foto's geplaatst. Gezien de beperkte levensduur van berichten in social media is dat een lage score voor het gecombineerde bereik van Libelle en Bilderberg.



**@HenriBloemLei** is een actieve wijnhandel en stuurt aan 475 volgers:

*"Schrijf je in voor blindproeverij goedkope vs dure wijn op 3 september. Is verschil te proeven? Met leuke wijnquiz! [www.henribloemleiden.nl](http://www.henribloemleiden.nl)"*

Een call-to-action Tweet met een kanttekening, probeer de bezoeker namelijk met zo min mogelijk kliks te verleiden. In dit geval zou het prettig zijn als de (verkorte) link uitkomt op de directe url, te weten <http://www.henribloemleiden.nl/index.php/cursus-proeverij/thema-avonden>



**@eersteling** maakt gebruik van twitter om suggesties van (vaste) klanten te krijgen. Op 19 juli sturen ze een reactie met commentaar terug aan 509 volgers:

*"Murphy's staat al op de tap...RT @Djoowy: "@eersteling: biertje van de maand op de tap. Suggesties voor de eerste maand??"  
MURPHYS!!!"*

De twitteraar is waarschijnlijk dus geen vaste klant of heeft nog nooit Murphy's van de tap besteld.

Probeer het met een reacties op berichten zo overzichtelijk mogelijk te houden. De vraag staat in het midden, het antwoord van de klant achteraan en de reactie van @eersteling vooraan. In dit geval was het duidelijker om bijvoorbeeld te reageren met:

*"@Djoowy Murphy's staat al op de tap. Check je DM om er een gratis te proberen! Nog andere suggesties?"  
DM @Djoowy geef aan de bar de code Djoowytapt door en krijg in juli 2011 één glas Murphy's van ons!"*

---

**@brasserie docks** is behalve op Twitter ook actief op Facebook en stuurt op 12 juli aan 156 volgers:



*Binnenkort ons eerste #facebookdiner!! Meld je nu nog aan bij #brasserie docks, en geniet van veel voordelen in het nieuwe jaar!*

Het Facebook account is als persoon geregistreerd en heeft 106 'vrienden'. Het is aan te raden om een bedrijfspagina aan te maken waar mensen lid van worden door te 'Liken'. Naast de strenge policy van Facebook rond het gebruik van persoonlijke accounts voor zakelijke doeleinden, zullen mensen een bedrijfspagina sneller 'Liken' dan een onbekende vriend accepteren vanwege het verschil in delen van privacygevoelige informatie (weinig vs. veel).

---

**@NHHotelesNL** stuurt een bericht van **@NHHoteles** door aan 3.189 volgers op 14 juli:

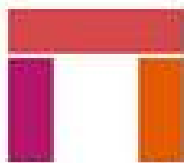


*"Wil jij een eigen hotelkamer? #NHHoteles maakt het mogelijk ;-)  
een week lang gratis overnachten incl.  
vervoer! <http://on.fb.me/nameyourroom>"*

Dit is een goed voorbeeld van een complete en goed werkende actie via Twitter en Facebook. Door middel van de Facebook applicatie kunnen bezoekers een eigen kamer op naam claimen in één van de NH Hoteles. De hotels zijn via een Google Map te vinden, vervolgens kan de bezoeker een kamernummer selecteren als deze nog niet is bezet. Het hotel plakt dan (offline) een sticker met de naam bij de deur en aan het eind van de actie mag één winnaar een week in zijn/haar kamer overnachten inclusief vervoer naar het hotel. Met ruim 12.000 geboekte kamers (van de 49.500 beschikbare kamers in totaal) is de actie op 19 juli al succesvol te noemen.

---

**@ApolloHotels** gebruikt net als vele andere hotels en restaurants Foursquare als tool om bezoekers te belonen voor virtueel inchecken en het delen ervan met vrienden. Aan 1.531 volgers sturen ze op 18 juli een tweet om dit te stimuleren.



*"Bent u in één van de Apollo Hotels & Resorts? Geniet van de voordelen wanneer u virtueel incheckt via #Foursquare!  
<http://bit.ly/pjqgwY> #AHR"*

Tip: Zorg dat uw locatie is geverifieerd op Foursquare en geef af en toe iets kleins weg via dit kanaal.

---



Humor en een niche markt doen het op Twitter altijd goed. Eén van de tweets van **@escargotkweker** op 18 juli aan 387 volgers:

*"In Frankrijk hoor je niemand jammeren over slakkenoverlast in de tuin. #delicatesseuigenteuin #puurnatuur"*

Op 5 juni stuurt hij:

*"Slakkenweer. Mijn escargots hangen van de pret aan het plafond van de tunnelkas."*

Met ruim 200 tweets, waarvan het merendeel over –jawel- slakken gaat, is dit account een leuke inspiratie voor ondernemers die niet weten waar ze over moeten schrijven.

---

---

Dat Twitter en Facebook handige tools zijn om op de hoogte te blijven van de laatste nieuwtjes benadrukt **@Lekker\_eten** op 18 juli door te sturen aan 3936 volgers:



*"Met het oog op duurzaamheid en een betere toekomst voor vis, organiseert de Youth Food Movement op zo 24 juli een heuse culinaire ... (1/2)"*

*"poolparty in Bad Buiten aan de Amstel, Amsterdam. Voor de visliefhebber én om de verontrustende visstanden aan de kaak te stellen. (2/2)"*

Omdat er zowel op de website van Bad Buiten als van Youth Food Movement weinig is te vinden over de actie stuurt hij op verzoek later nog:

*"Een link naar de Facebookpagina van Youth Food Movement: [www.facebook.com/youthfoodmovement](http://www.facebook.com/youthfoodmovement)"*

Daar is alle informatie te vinden over het evenement.

---



Op 12 juli weet **@Meat4thought** aan 98 followers te melden dat Hongarije ook een vettax krijgt:

*"After Denmark the next country is introducing a fat tax:<http://bit.ly/o1nbQg>"*



Op 18 juli stuurt **@CuriousCatering** aan 321 volgers een uitnodiging voor een picknick op 29 juli:

*"Schrijf je in voor de [smartensexynl/picknicks](http://smartensexynl/picknicks) : 29 juli in #020 met lekkers van @worstmakers van @samuellevie en @CuriousCatering @EefenLien"*

De picknick is onderdeel van een tournee door Amsterdam, Leeuwarden, Utrecht, Rotterdam en Valkenswaard.

---



**@EdenCityHotels** retweet op 18 juli een bericht aan 1281 volgers:

*"RT @EnotecaAms: Trots! Met een eigen magazine presenteert Enoteca een klein stukje Italië in Amsterdam-Oost <http://twitpic.com/5rzszy>"*

Het is leuk dat de collega's om het bericht retweeten, maar natuurlijk nog leuker om meteen te feliciteren of commentaar toe te voegen. Met Twitter gaat dat lastig bij een RT, met een programma als Tweetdeck is het wel mogelijk om retweets te bewerken voor het versturen.

---

### Over ons

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