

## Wat twitteren (BN'ers over) uw collega's? 10 voorbeelden

Waar Twitter in het begin een op zichzelf staand doel was voor veel ondernemers, wordt het nu steeds meer gebruikt als volwaardig en innovatief marketing- en communicatiemiddel. Behalve directe aanbiedingen van 140 tekens, zijn er ook verschillende retweet acties, enquêtes en quizzes.

### Toepassingen

Het kan een stap speelser, bijvoorbeeld door het koppelen van een locatie aan social media. Applicaties als FourSquare en Repudo spelen hier op in. Bij FourSquare loggen bezoekers in op locaties en kunnen ze bijvoorbeeld laten zien dat ze de meest trouwe bezoeker van het 'café op de hoek' zijn. Bij regelmatig bezoek kunnen ze zelfs 'burgemeester' van een locatie worden. Het is natuurlijk een win-win situatie om deze ambassadeurs te belonen met een gratis hapje of drankje, met positieve mond-tot-mond reclame als gevolg.

Bij Repudo is het mogelijk om virtuele berichten en cadeautjes achter te laten. Leg bijvoorbeeld een gratis patatje neer voor de deur of laat vaste klanten zo snel mogelijk een bericht in de buurt ophalen. De pakketjes zijn te openen als de telefoonbezitter op de aangegeven locatie is. Het platform werkt met GPS locatie en is nog vrij klein met zo'n 5000 virtuele pakketjes in Nederland, maar heeft potentie.

### Bereik

Het is interessant om te zien of berichten door mensen doorgestuurd worden op Twitter (geretweet) en wat het bereik van een doorgestuurd bericht is. Sinds kort is het mogelijk om dat in kaart te brengen via Visibli. Voor de nieuwsgierige twitteraars onder ons is het een erg handige tool!



Bij **@VisTariaVreugd** (*cafeteria, snackbar, ijssalon en gebakken vis*) krijgen FourSquare gebruikers een gratis softijsje als ze inchecken op de locatie. Dat sturen ze 20 mei weer even rond:

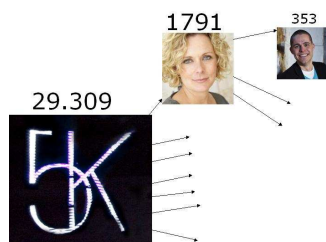
*"Wisten jullie trouwens dat je via <https://foursquare.com/venue/5807066> incheckt een gratis softijsje krijgt? Ik zou het doen!"*

Voor moederdag stimuleerden ze volgers om het bericht over een gratis tweede bol schepijs door te sturen:

*"Niet vergeten door te tweeten dat wij morgen voor alle moeders de tweede bol schepijs gratis geven!!! Alleen voor de moeders he..."*

Daarnaast daagden ze volgers uit tot interactie met een quiz / fotogame waarmee een (goedkope) snacks verdiend kunnen worden. Op 5 mei:

*@armandsol @Horecatrends en onze andere gasten ontdek je snackje! Raad de snack en u betaald maar 1 euro vandaag (cont) <http://tl.gd/a99u0n>*



Op 17 mei twittert **@kleinenberg** (DJ Sander Kleinenberg) over een creatief gerecht van Sergio Herman. Zijn bericht wordt op 19 mei opgepikt door **@EtenMetMara** en 20 mei geretweet door **@Robert\_De\_Boer**.

**@kleinenberg:**

"my friend chef Sergio Herman's latest culinary creation.. "Cow Grazing".. for his new book SERGIOLOGY... hahaha...<http://twitpic.com/4yx1c6>"

**@EtenMetMara:**

RT by **@Robert\_De\_Boer**

"Haha, wat cool. Het nieuwste gerecht van \*\*\*Sergio Herman symboliseert een grazende koe: <http://twitpic.com/4yx1c6> (via @kleinenberg)"

Door de retweets heeft het bericht van de beroemde DJ dus minimaal het bereik van 29.309 (@kleinenberg) + 1791 (@EtenMetMara) en + 353 (@Robert\_De\_Boer) = 32.453 volgers. Dit is slechts één route van het sneeuwbaaleffect. Bedenk dus dat het totale bereik vele malen hoger ligt!



Door op een relatief simpele manier in te spelen op nieuws kunnen volgers geactiveerd worden. **@PicnicCompany** (211 tweets, 200 volgers) stuurt een luchtig bericht over het weer op 20 mei:

"Dag donkere wolken, welkom picknickweer! Bestel 'n ècht goede all-in picknick bij Picnic Company: <http://www.picniccompany.nl/de-picknicks/>"



Wees er op tijd bij! En dan niet alleen met twitteracties, maar ook met claimen van namen. Het account **@zwaluwhoeve** was kennelijk al bezet en is nu een verlaten plek waar een paar retweets staan die voor de 'echte' Zwaluwhoeve zijn bedoeld, jammer...Daarom is de 93<sup>ste</sup> tweet vanaf **@\_Zwaluwhoeve** aan 861 volgers op 24 mei:

Onder de eerste 50 kopers van VIP-kaarten voor #Bavariacityrace verloot #\_Zwaluwhoeve 5 arrangementen voor 2 personen t.w.v. €155,-!



De Retweet & Win acties zijn nog steeds veel te vinden. Inmiddels is onderstaand bericht, dat op 20 mei aan 2580 volgers is gestuurd, ruim 100 keer geretweet. **@Kokenmetkarin** is inmiddels een ervaren twitteraar met 5241 tweets.

"Retweet & Win een exemplaar van het gifgidsje met alle E-nrs 'Wat zit er in uw eten' <http://bit.ly/jNs4hb>"



**@landalnl** (1932 volgers, 791 tweets) zet een annulering om in een free publicity actie door het beschikbare weekend in een safaritent gratis weg te geven. Op vrijdag 20 mei sturen ze:

*"Annulering voor safaritent dus...wie wil er gratis dit weekend verblijven in safaritent op Landal Coldenhove? <http://ow.ly/4YUtbpls> RT"*

Dezelfde dag maken ze de winnaar bekend:

*"En de winnaar is.... @webkim! Gefeliciteerd! Je mag dit weekend vakantie vieren in een safaritent op #LandalColdenhove."*

---



Een kanaal als Twitter kan ook worden gebruikt om mensen te activeren voor protestacties die imagoschade kunnen opleveren. Een 'klassiek' voorbeeld is Youp van 't Hek bij T-Mobile, maar **@Foodwatch\_nl** (262 tweets) is inmiddels een campagne tegen misleidende producten gestart. Op 20 mei schrijven ze aan 2354 volgers:

*"Stem op het meest misleidende product van 2011 en help zo om een einde aan misleidende marketing <http://bit.ly/kzxkaM>. pls retweet"*

---



**@Patatkoning** van Snackbar de Overkant (236 followers, 1177 tweets) heeft een Repudo achtergelaten voor een gratis patatje op 20 mei. Het bericht is te openen met een iPhone of Android toestel zodra de gebruiker op de locatie is. De service combineert online (internet, social media) met offline (locatie, GPS plaatsbepaling).

*"I dropped: gratis patat somewhere! It is something for someone. To Pick Up this #repudo <http://repudo.com/r/9d496d4>"*

---



**@WondersBergenNH** (971 tweets, 571 volgers) bedankt volger **@saskiaas** op 23 mei voor een nieuw gerecht. Ze is niet de enige die voor een gerecht wordt bedankt, maar het is niet te zien of dit spontaan gebeurt of dat er een competitie-element aan is gekoppeld. Helaas is het account van **@saskiaas** ingesteld op privé (alleen geaccepteerde volgers kunnen zien wat er getwitterd wordt) dus ook daar is het niet na te gaan.

*"Gefeliciteerd en bedankt @saskiaas! De #mango-mozzarellasalade staat op onze nieuwe kaart! Graag nodigen we je uit om deze te komen proeven!"*

---



Het kan natuurlijk erg snel gaan als bekende Nederlanders enthousiast over een restaurant twitteren. Zo stuurt **@liekevanlexmond** op 19 mei aan **38.121 volgers:**

*"Wow, heel onverwachts in restaurant 'Ron Blaauw Amsterdam'.....hemels!!!"*

Uiteraard stuurt **@Ronblaauw** dit compliment meteen door aan zijn 3950 volgers! Wat is het u waard, als er een bericht aan 38.000 volgers wordt gestuurd.. Wellicht een gratis etentje voor uw favoriete (twitterende) BN'er?

---