

## Wat twitteren uw collega's? 10 voorbeelden

Er zijn verschillende manieren om uw volgers toe te spreken. We hebben weer een tien interessante tweets verzameld waarvan er een paar een speciale lading hebben.

### Geheimen

Een openbaar platform als Twitter gebruiken om geheimen te vertellen, het klinkt gek maar het gebeurt! Door 'vertrouwelijke' fluistertweets vergroot u de betrokkenheid van volgers, die er een wij-gevoel van krijgen en zich tot de incrowd rekenen.

### Schaarste

Naast geheimen is het ook interessasant om schaarste te creëren. Google was er altijd erg goed in en we weten dat dit z'n vruchten heeft afgeworpen. Nu is Roamler een grote producent van schaarste. Ze zijn opgestart met 50 leden die op hun beurt weer een selecte groep van 500 mogen uitnodigen. We weten allemaal dat iets dat we niet kunnen of mogen krijgen alleen maar interessanter wordt!



Het twitteraccount van **@Roamler** is gekoppeld aan een app en een online platform. Leden voeren opdrachten uit voor merken en bedrijven en krijgen daarvoor betaald. Op 13 juni sturen ze aan 300 volgers:

*"@liev Roamler kom je overal tegen en past overal bij; kantoorpanden, supermarkten, thuis, overal! :) ^BB"*

Roamler kiest dus voor een zakelijk account met persoonlijke toonzetting, dit blijkt uit de toevoeging van ^BB en slaat op de initialen van de twitteraar. Op de website staat van Roamler staat wie welke initialen gebruikt.



Informatie en nieuws blijft interessant, **@ZTRDAG** twittert op 10 juni aan ruim 2100 volgers:

*"Op 18/19 juni mag je bij 200 bio boeren en tuinders een kijkje nemen op hun erf. Kom Lekker naar de Boer [bit.ly/m4Qnml](http://bit.ly/m4Qnml) @lekkerndboer "*

Het bericht werd onder andere door **@PicnicCompany** geretweet.



Zo'n 300 volgers kunnen de lusten en lasten van **@OlijfolieShop** lezen op 10 juni:

*"Gisteren bij #uitgekookt in Utreg geleerd van @schrijverVU(Ronald Giphart) dat havermout zeer lustopwekkend is. Net een bordje op. En nu?"*

De tweets van @OlijfolieShop zijn vlot en soms op het randje, de interactie met volgers is daardoor sterk.



Fluistertweets die voor de volgers een extraatje opleveren komen onder andere van **@delamartheater**. Op 10 juni sturen ze in twee berichten aan 2300 volgers:

*"Psst geheimpje...: Heb je al kaartjes voor #Kwakin het #DeLaMar? Zeg dan bij de merchandisestand "Knipoog, twittervolger" (1/2)"*

*".. en dan krijg je gratis de cd single van Kwak! #AlfredJodocus, 14-25 juni, <http://bit.ly/mqmAxP> (2/2)"*



Op 15 juni stuurt **@BenTap\_KHN** een kritische noot aan zijn (bijna) 400 volgers:

*"Prima camping. Maar op de kaart staat edelweiss, het is wieckse witte en het komt in een Hoegaarden glas. Rare jongens die Fransen."*

Dat geeft maar weer eens aan dat Twitter een erg laagdrempelig kanaal is om kritiek te uiten. In bovenstaand bericht staat er geen naam van de camping vermeldt, overigens erg netjes gezien het een regiomanager van KHN betreft. Mocht uw zaak wel vermeld worden, wees er dan als ondernemer als de kippen bij om positief, opbouwend ('we gaan er aan werken') of met een knipoog te reageren.



Een erg praktische en serviceverlenende tweet door **@Hotel\_Paal8** op 15 juni aan 137 volgers:

*"Bijna #Oerol op Terschelling; @Hotel\_Paal8 heeft nog enkele kamers beschikbaar.. zie <http://www.sandton.eu/nl/terschelling> "*

Goed ingespeeld op een drukbezocht evenement (en volle hotels). Deze manier van twitteren kan natuurlijk bij grote evenementen als de Nijmeegse Vierdaagse, Koninginnedag en de Sneekweek (ook in het Engels of Duits) gebruikt worden om hotels en restaurants vol te krijgen!



Weer een fluistertweet, nu van **@Eaziedh** aan 90 followers:

*"Een complimentje geven bij Eazie loont! Zeg het woord complimentje bij de kassa en ontvang een gratis extra groente bij je wokmaaltijd!"*

Wie wil dit nou niet? Het is weer eens wat anders dan het kortingsbonnetje in de lokale krant.



Restaurant **@kitch\_en\_leiden** weet goed hoe verleiding in de horeca werkt, dat blijkt uit de tweet op 16 juni aan 320 volgers:

*"Nog twee minuutjes en een heerlijke geur van versgebakken Jan Hagel zal zich verplaatsen door het restaurant. #expres de afzuiging laag!"*



Twitter is natuurlijk een medium dat de landsgrenzen overschrijdt. Bedenk daarom of een tweet ook in andere talen nuttig kan zijn. @clotildenet van de Franse website Chocolate & Zucchini stuurt het bericht over een vegetarisch proefdiner in Parijs daarom in het Frans en Engels aan bijna 54.000 (!) volgers op 16 juni:

*"je cuisine un menu de dégustation tout légume les 25 et 26 juin avec @hiddenkitchen ! tous les détails ici: <http://bit.ly/IFtvQf>"*

*"did u read about the vegetable tasting dinner @hiddenkitchenand i are hosting on june 25 & 26? details are here: <http://bit.ly/inUgap>"*

Als er bruikbare opmerkingen of meningen geplaatst worden over uw tweet, schroom dan niet om deze te retweeten. @Multivers stuurt op 17 juni aan 1941 volgers:



*"Een geweldige idee voor uw bedrijf? Let op dat niemand ermee aan de haal gaat! Zo beschermt u uw idee [bit.ly/mQGIEn](http://bit.ly/mQGIEn) Via @KvK\_OostNL"*

Binnen het uur retweeten ze de reactie van @mkbSMARTcard op het bericht:

*"@Multivers defensief is snel naar het merkenbureau (logo of naam), maar beter is offensief => snel ermee naar je klanten."*

### **Over ons**

Een eerlijke en open afsluiter van deze maand, op de hoogte blijven van onze eigen tweets? Volg Armand en Steven op **@rollemapartners** !