

TwitterHandleiding

The background of the slide is a light gray with a complex, abstract graphic design. This design consists of numerous thin, overlapping lines that form a series of flowing, ribbon-like shapes. These shapes are colored in a gradient, transitioning from deep blue and purple on the left to bright yellow and green on the right. Interspersed among these lines are small, stylized bubbles or circles of various sizes and colors, including blue, green, and orange. The overall effect is one of dynamic movement and vibrant energy.

Twitter als marketingtool

Twitter is begonnen als een Social Media netwerk waarop mensen hun ideeën en bezigheden konden publiceren. Op deze manier moest Twitter er voor zorgen dat het nieuws sneller bij de mensen kwam en dat de papieren krant op termijn vervangen moest kunnen worden.

Nu we een aantal jaren verder zijn weten we hoe Twitter werkt. Daarnaast merken we hoe handig het kan zijn om af en toe een Tweet de wereld in te sturen.

Je kunt nieuwe vrienden maken of bekende personen volgen. Zo ben je altijd op de hoogte van het laatste nieuws op het gebied van welk onderwerp je maar wilt.

Maar sinds kort heeft ook het bedrijfsleven Twitter ontdekt. Steeds meer ondernemingen plaatsen regelmatig korte Tweets om zo hun bedrijf te promoten en onder de aandacht te brengen van het grote publiek. Dit lijkt eenvoudig maar dat is het zeker niet. Hoe zorg je er als bedrijf namelijk voor dat de berichten die je Tweet ook daadwerkelijk de juiste doelgroep bereiken?

Om te zorgen dat de bedrijfsTweets ook aankomen bij de personen waarvoor ze bedoeld zijn, bestaan er een aantal tips. Hier zullen we nu niet op in gaan omdat dit vooral is bedoeld als een handleiding voor Twitter waarin we uitleggen hoe je Twitter dient te gebruiken, hoe je meer followers krijgt en wat je vooral niet meedoen. Desondanks willen we toch meegeven hoe bedrijven opereren op Twitter.

Voor veel ondernemingen is het nieuwe medium een ideaal communicatiemiddel om hun bedrijf een beter imago te geven. Door te Twitteren ben je kwetsbaarder. Je onderneming komt naar de mensen toe en het publiek is in staat om rechtstreeks in contact te komen. Door actief te Twitteren kan een bedrijf een imago creëren wat wenselijk is. Door niet alleen bedrijfsmatige Tweets te plaatsen komen de mensen namelijk meer te weten over een bepaalde onderneming.

