

## **Wij van Social Media vinden ...**

### **Social Media observaties met een knipoog**



Aangeboden door Marlies van der Meer  
[Meer Advies](#)

## Inhoud

### Facebook

#### Wij van Social Media vinden:

Het lang duren voordat Facebook kids groot worden .....	2
Het leuk dat jouw oma is overleden .....	3
Facebook is geen datingsite.....	4
De naam Facebook niet langer de lading dekken .....	5

### Twitter

#### Wij van Social Media vinden:

Welterusten Tweets zo eenzaam.....	6
Goedemorgen Tweets van een hoog koningin gehalte .....	7
Een leeg Twitter bio heel bijzonder .....	8
Steeds wisselende ava's een beetje sneu .....	9
#DTV grapjes maar flauw .....	10

### LinkedIn

#### Wij van Social Media vinden:

Het indrukwekkend dat jij zoveel discussiegroepen volgt.....	11
Jouw zoektocht naar een niche heel boeiend.....	12

### YouTube

#### Wij van Social Media vinden:

Jouw boekenkast veel interessanter .....	13
Video testimonials hun doel voorbij schieten .....	14

### Pinterest

#### Wij van Social Media vinden:

Al die Places to Visit boards wonderlijk .....	15
--	----

#### Wie zijn Wij van Social Media en voor Wie schrijven Wij?..... 16

**Copyright** op tekst en foto's © 2023 Marlies van der Meer: Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag verveelvoudigd \*) of openbaar gemaakt worden in enige vorm of op enige wijze; hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of op enig andere manier zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de rechthebbende. De schrijver Marlies van der Meer heeft veel werk in dit e-boek gestoken; respecteer haar werk.  
 (\*)Voor eigen gebruik is het natuurlijk toegestaan om dit e-boek te printen.

## Wij van Social Media vinden: Het lang duren voordat Facebook kids groot worden



### Trotse kersverse ouders met een camera

moeten tijdelijk van Facebook geweerd worden. Wij van Social Media luisterden verschrikt naar dit radio-interview:

**'Nou, meneer de-radio-dj,** nu je over mijn jeugd begint, ik herinner me vooral die heerlijke rustige momenten wanneer mijn moeder achter haar laptop zat en zich amuseerde met Facebook. Dan was ze wel een tijdje zoet. Ik realiseerde me pas toen ik een jaar of tien was dat ieder stapje, ieder hapje en ieder spontaan

dutje van mij op Facebook was gezet. In groep 8 vond ik het niet leuk meer dat ik vroeger als peuter met wangen vol spinazie te kijk was gezet. Ik durfde toen ook niets gekks meer te doen, want dan kreeg mijn moeder een leuk-voor-facebook waas voor haar ogen. Op de middelbare school twijfelde ik of ze mij als kind echt zo grappig had gevonden of toch meer verslaafd was aan alle likes die ze kreeg.'

**Annebel, daar zeg je me wat,** dachten Wij van Social Media na dit interview. Aan kinderen wordt zelden gevraagd of ze wel zoveel *media exposure* willen. En dus vragen Wij:

**Zet jij je kind zomaar te kijk op social media?'**

Wij van Social Media vinden ...

---

## Wij van Social Media vinden: Het leuk dat jouw oma is overleden

**Nee, tuurlijk niet. Wij van Social Media en alle andere Facebook *diehards*** weten dat we niet op de like-knop moeten drukken en dat we beter een *comment* kunnen schrijven als we een droevig of schrijnend bericht lezen.



**De Facebook luilakken die een zielig bericht toch liken**, verschuilen zich achter smoezen dat liken ook kan betekenen 'ik leef met je mee'. Tegen deze Facebookers zeggen Wij: 'like' me reet.

**And here rests our case of vind je van niet?**

## Wij van Social Media vinden: Facebook is geen datingsite

**De reclame van Facebook** is soms misleidend: blijf stelletjes die elkaar, zo lijkt het, dankzij Facebook gevonden hebben.



**Ook in de damesbladen** lees je regelmatig dat oude schoolgenoten of exen uit lang vervlogen en verliefde dagen elkaar weer op Facebook hebben gevonden. En mede dankzij de steeds broeierige berichten, een relatie hebben gekregen, al dan niet in de vorm van een affaire.

**MAAR feit blijft:** Facebook is geen datingsite. Dus bespaar ons de direct messages met 'Ik ben onder de indruk van je profiel' of 'Wat heb je een aantrekkelijk profiel'.

**Hoeveel spannende berichten heb jij al verstuurd via Facebook?**

## Wij van Social Media vinden: De naam Facebook niet langer de lading dekken

**Ooit bedoeld om persoonlijk met elkaar te connecten** en je gezicht te laten zien, is Facebook voor bedrijven steeds meer een imago-strelend instrument geworden. Hoe meer likes, hoe meer ze ons bedrijf waarderen. En dus gaan bedrijven over op like-campagnes: like ons en je krijgt een tof cadeau.

**Maar wat zegt een like nu echt?** Vind jij bedrijf X beter dan Y omdat ze meer likes hebben weten te 'versieren'?

Alleen voor de marketeers zijn likes interessant: hun actie is een succes of beter: het gratis cadeau is erg gewild.

Vind ik leuk · Reageren · Delen · woensdag

 48 personen vinden dit leuk.

**Misschien dat er een apart Facebook voor bedrijven** moet komen:

Likebook.

Dan kunnen Wij van Social Media daar wegblijven, want wij stappen bijvoorbeeld echt niet op een ander merk sportschoenen over vanwege alle likes voor de slogan 'Just do it'. We just don't do that. **Hoe zit dat bij jou?**

## Wij van Social Media vinden: Welterusten Tweets zo eenzaam

**Wanneer je al je volgers welterusten wenst**, dan denken Wij van Social Media dat je niemand anders hebt om welterusten tegen te zeggen. Geen speciale twittervriend(in) of geen partner thuis op de bank.



**Of ben je niet eenzaam, maar** heb je een BN-status bereikt en wens je al je fans mooie dromen toe? Zo ja, ga dan gauw van Twitter af en kruip tegen je partner aan, want die heeft het al moeilijk genoeg met je BN-status (Ben er Nooit).

**Tegen wie zeg jij vanavond welterusten?**

## Wij van Social Media vinden: Goedemorgen Tweets van een hoog koningin gehalte

### **Begin jij je ochtend met al je volgers goedemorgen te wensen?**

Wij van Social Media zien jou, in gedachten, op een bordes staan en met een gulle glimlach je volgers begroeten. Net als de koningin verwacht je geen antwoord, maar ga je ervan uit dat de ochtend van je volgers nu plezierig begint.



**Wij van Social Media krijgen liever** een informatief ontbijtartikel voorgeschoteld. Dan snappen Wij vanzelf dat je wakker bent en worden we er in ieder geval wijzer van. Bovendien heb je een grotere kans dat we iets terugzeggen en hoef je niet langer in stilte boven je toetsenbordje te ontbijten.

### **Welke interessante link ga jij morgenvroeg met ons delen?**



## Wij van Social Media vinden: Een leeg Twitter bio heel bijzonder



**Sommige Twitteraars** vullen hun bio niet in omdat ze:

- net nieuw op Twitter zijn
- zo bekend zijn dat iedereen het plaatje zelf wel kan invullen.
- denken dat wij hun tweets zullen bestuderen om te zien wat voor vlees we in de tijdlijn hebben.

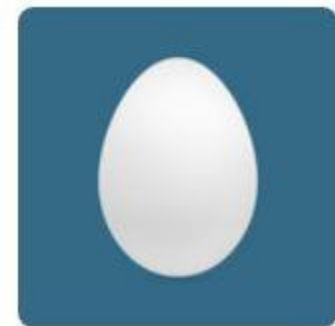
**Tegen deze laatste groep zeggen wij van Social Media:** get a life. Denk je nu echt dat Wij, van alle mensen die in de wachtrij staan om door ons teruggevolgd te worden, de moeite nemen om jouw profiel aan te klikken om te zien of je interessante tweets hebt geproduceerd?

**Hoeveel niet gevulde profielen volg jij?**

## Wij van Social Media vinden: Steeds wisselende ava's een beetje sneu

**Voor de ijdeltuitjes onder ons hebben hier last van.** Ze vinden het nodig om hun ava te veranderen als ze:

- een nieuw kapsel of kleurspoelinkje hebben
- uitgekeken zijn op hun ava-achtergrondbehangetje
- hun hippe zonnebril willen showen
- behoefte hebben aan spontane complimenten



**Soms denken Wij** 'waar is @Bjoetie toch gebleven' en dan blijkt ze al weken te twitteren onder een nieuwe ava.

**Laten we afspreken dat** je alleen je ava verandert als je een botoxbehandeling hebt gehad of als je zoveel rimpels hebt gekregen dat we je In Real Life niet meer zouden herkennen. Okay en vooruit ... als je geld hebt uitgegeven voor een professionele fotoshoot.

**Weet jij nog een goede reden om je AVA te veranderen?**

## Wij van Social Media vinden: #DTV grapjes maar flauw

*Heeft iemand mijn bril gezien? #DTV*

*Gaat de zon vandaag nog schijnen? #DTV*

*Iemand al aan het weekend begonnen? #DTV*

**Durf-Te-Vragen is een handig instrument** op Twitter om antwoorden te krijgen op vragen waarop jij **echt** het antwoord niet weet.

**Over humor** valt niet te twisten, maar Wij van Social Media vinden de #DTV-grapjes flauw.

**En jullie? #DurvenwijTeVragen**

## Wij van Social Media vinden: het indrukwekkend dat jij zoveel discussiegroepen volgt

**Sommige LinkedIn gebruikers volgen meer dan 20 discussiegroepen.**

Wij snappen niet waar je de tijd vandaan haalt om al die discussies te volgen, laat staan om een bijdrage te leveren.



Beheer uw professionele identiteit online

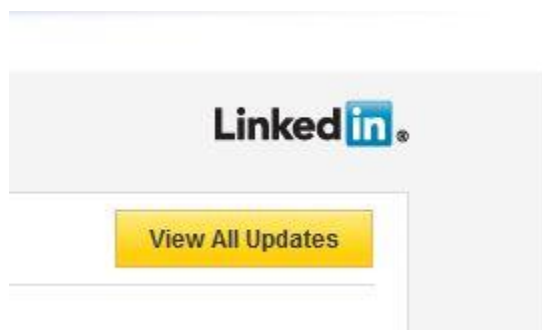
**Heb je een virtuele assistent** die namens jou antwoordt of is je business tijdelijk slappe hap?

**Oh, Wij zien het al,** je bent helemaal niet actief in al die groepen. Al die groepen moeten alleen maar bijdragen aan je imago. Je imago? Wij van Social Media krijgen er geen duidelijk beeld van.

**Wanneer ga jij je zichtbare lijst van discussiegroepen opschonen?**

## Wij van Social Media vinden: Jow zoektocht naar een niche heel boeiend

**In onze wekelijkse LinkedIn updates** die Wij per mail ontvangen, zien we regelmatig dezelfde mensen voorbij komen. Ze hebben weer zitten sleutelen aan hun huidige functiebeschrijving en 'slogan'.



**Per LinkedIn update leven we mee met het proces van** bijvoorbeeld (ja lezers, het is allemaal fictief) 'Ik ben een zzp coach' naar 'Ik ben een zzp coach die zelfstandig ondernemende vrouwen meer laat verdienen'. Een week later lezen we dan dat het 'meer verdienen' is aangevuld met 'minder moeite' en weer een week later is alles veranderd naar: 'Ook jij kunt een ton omzet per jaar verdienen'. Of dat dan weinig moeite kost en nu ook voor de mannen geldt, weten Wij van Social Media helaas niet.

**Natuurlijk vinden Wij ook dat hoe specifiek je aanbod is,** hoe beter jij je kunt onderscheiden, maar wij vinden het professioneler dat je jouw niche-gesleutel achter de schermen doet en even wacht met het publiceren van je profielwijzigingen. Dan krijgen Wij van Social Media het gevoel dat je zelf ook weet wat je doet.

**Hoe vaak update jij je LinkedIn profiel eigenlijk?**

## Wij van Social Media vinden: Jouw boekenkast veel interessanter

**Wij luisteren en kijken graag naar informatie** waar we iets van kunnen leren. Maar als je een filmpje maakt vanachter je bureau met een boekenkast op de achtergrond, dan raken we afgeleid door alle vragen die omhoog borrelen:

- Zijn die boeken daar bewust neergezet; is het een selectie van boeken waarmee je 'gezien' wilt worden?
- Zijn het alleen vakgerichte boeken of ook 's avonds-op-de-bank-hang boeken?
- Zijn het echt jouw boeken of zijn het de boeken van de cameraman- of vrouw?



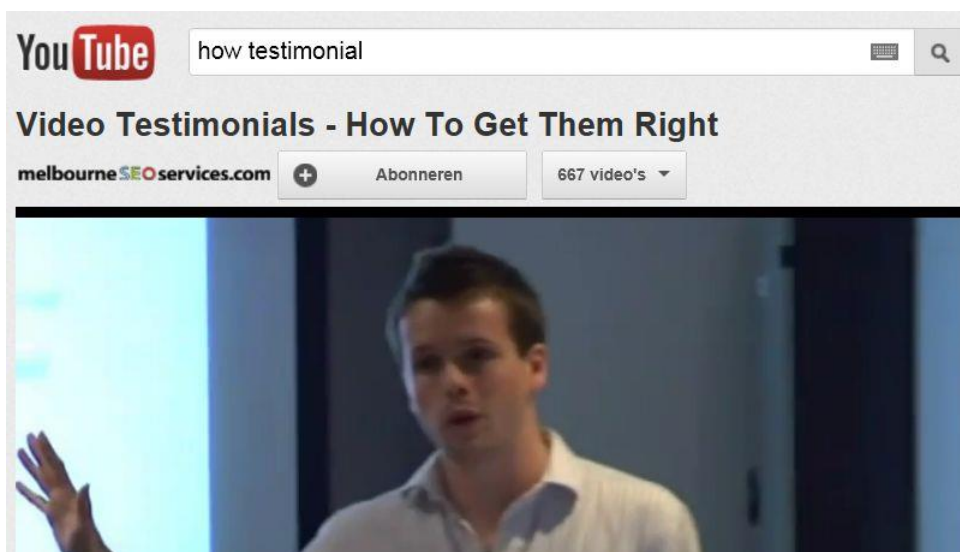
**Om deze vragen te beantwoorden moeten Wij** echt even op de pauzeknop drukken en de scherminstellingen op 150% zetten. Met de antwoorden op zak drukken we weer op 'play' en zien verschrikt dat de video nog 6 minuten duurt. Drie minuten had nog gekund, maar Wij van Social Media hebben al teveel tijd verknoeid. Die video kijken we een andere keer. Zou het?

**Heb jij dat ook, dat de achtergrond soms op de voorgrond treedt?**

## Wij van Social Media vinden: Video testimonials hun doel voorbij schieten

**Wij verwachten dat de deelnemer aan jouw workshop of training** alleen maar positieve dingen gaat zeggen, dus luisteren we niet aandachtig naar de boodschap in jouw promo-videootje.

We letten meer op hoe de deelnemer erbij staat en kijkt. Zenuwachtig of zelfverzekerd? Wat hebben ze aan? Meestal niets verrassends. Is het spontaan of toch een beetje ingestudeerd?



**Ojaa, wat zeiden ze ook al weer?** Nee, Wij van Social Media gaan het filmpje niet nog een keer beluisteren. Okay, tenzij het iemand is die we persoonlijk kennen of als het een BN'er is.

**Waarom kijk jij eigenlijk naar video testimonials?**

## Wij van Social Media vinden: Al die Places to Visit boards wonderlijk

**Veel zelfstandige professionals op Pinterest hebben** een Places-To-Visit board.

Zouden ze aandelen hebben in een all-inclusive resort of reisorganisatie?

Zouden ze denken dat witte palm stranden of nauwe Italiaanse steegjes bijdragen aan hun imago?

Of zouden ze willen zeggen: Kijk, ik vraag zulke hoge tarieven dat ik me deze reizen kan veroorloven.



**Wij van Social Media weten niet goed waarom** zelfstandige professionals plaatjes gaan re-pinnen uit de vakantiefotoboeken van anderen.

**Welke pinborden heb jij gezien die vragen oproepen?**

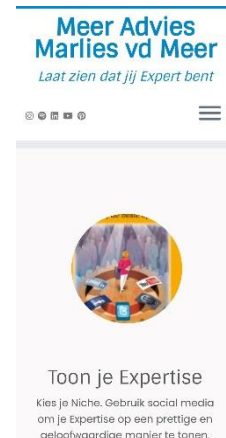


## Wie zijn Wij van Social Media?

Wij blijven liever geheim, maar lezen graag het blog van Marlies van der Meer van Meer Advies ( <https://meeradvies.com> ).

Wij vinden haar bedrijfsnaam erg origineel, dat hadden Wij nooit kunnen bedenken.

Marlies houdt van social media en schrijven. Dat hebben Wij met haar gemeen, hoewel onze liefde voor social media toch een andere is. Ze schrijft ook graag over jezelf positioneren als expert. Wij van Social Media hebben al expert status bereikt, maar zijn Marlies toch dankbaar dat ze ons e-boek gratis wil verspreiden onder haar blog lezers.



## Wie denk jij dat Wij van Social Media eigenlijk zijn?

Onze groeten,

*Wij van Social Media*

*Ps:* Op de volgende pagina lees je voor wie Wij het liefste schrijven.

## Voor Wie schrijven Wij van Social Media?

**Voor al diegenen die willen lachen om het feest der herkenning**, herkenning van het social media gedrag van ANDEREN (ja, niet van jezelf natuurlijk; 'Wij van Social Media' zijn niet helemaal gek).

**En natuurlijk ook voor de Social Media Experts onder ons**, zij die het beter weten. Wij van Social Media houden je graag een spiegel voor, zodat we er zelf niet in hoeven te kijken.



[Like ons en lach mee!](#)

**En tegen een ieder die toch persoonlijk beledigd is, zeggen Wij van social media:**

**Twitter of Facebook het lekker van je af**, dislike ons. Maar voordat je je toetsenbord ervan langs geeft, je weet toch dat over humor, net als over smaak, niet valt te twisten. Wij van Social Media weten daar alles van.

**Tot welke lezersgroep behoor jij eigenlijk?**