



Hoe pimp ik mijn facebookpagina?

Ilse Depré, De Bib Leuven

Heel wat bibliotheken hebben de weg gevonden naar Facebook. Maar hoe kun je nu het effect meten van je online inspanningen? Hoe kan je nog meer 'fans' aantrekken? En hoe zorg je ervoor dat de interactie met die fans vergroot?

BEGRIJP HOE FACEBOOK WERKT

Besef dat niet elk bericht dat je als beheerder op een pagina plaatst, door al je fans gezien wordt. De gemiddelde facebookgebruiker heeft 130 vrienden en is gelinkt met 80 pagina's en groepen. Om ervoor te zorgen dat men zich niet verliest in die overdaad aan informatie, filtert Facebook de berichten die we op ons nieuwsoverzicht te zien krijgen. Dat gebeurt via de 'EdgeRank', een algoritme gebaseerd op de parameters affiniteit, gewicht en tijdsverloop. Affiniteit verwijst naar de relatie tussen fan en pagina: hoe vaker die fan in interactie treedt (vind-ik-leuk klikt, commentaar geeft, berichten deelt, ...), hoe sneller Facebook hem een nieuw bericht zal tonen van diezelfde pagina. Gewicht slaat op het bericht zelf: hoe populairder een bericht (veel 'likes', commentaren en gedeelde items), hoe meer fans dat bericht te zien gaan krijgen. Ten slotte is de parameter tijd van belang. Een fan die 's avonds inlogt, zal meer kans hebben om een bericht te zien dat een uur ervoor gepost werd, i.p.v. eentje dat al 8 uur oud is.

ANALYSEER JE GEBRUIK!

Het voordeel van een facebookpagina tegenover een groep of profiel, is dat je het gebruik ervan kan meten. Zodra je voldoende fans hebt, kan je statistieken raadplegen en/of downloaden. Welk soort berichten hebben het grootste bereik? Hoe oud is je fanbasis in vergelijking met de gemiddelde gebruiker van Facebook? Op welke dagen en uren zijn je fans het vaakst online? Gebruik deze info om je berichten beter af te stemmen op je doelpubliek.

TIME JE BERICHTEN VERSTANDIG

Voor de doorsneepagina is vrijdagnamiddag het moment waarop het meeste fans online zijn. Bedrijfspagina's worden minder bezocht tijdens het weekend, maar uit de statistieken van de meeste bibliotheekpagina's blijkt zaterdag toch ook populair te zijn. Plaats belangrijke berichten, die door veel fans opgepikt moeten worden, bij voorkeur op die drukke momenten. Je hoeft daarom niet zelf online te zijn op dat moment, je kan een bericht ook inplannen om het op een later moment te laten verschijnen. Gebruik hiervoor het klokje links onderaan je

berichtvak. Gebruik je meerdere digitale tools, plaats dan eenzelfde bericht niet tegelijk op Facebook, blog en Twitter, maar laat daar wat tijd tussen. Zo vergroot je de kans dat iemand het via één van die media oppikt en verder verspreidt, en blijft het langer 'in the picture'.

WEES MULTIMEDIAAL

Facebook lost weinig info over hoe het gewicht van een bericht precies berekend wordt, maar algemeen neemt men aan dat foto's, video's en links naar websites hoger scoren in de EdgeRank dan een simpel tekstbericht. Maak daarom optimaal gebruik van multimedia. Bovendien is het net dit soort content dat sneller interactie uitlokt bij fans (like, taggen van vrienden, ...), en daardoor hun affiniteit met jouw pagina verhoogt, samen met het gewicht van het bericht zelf.

LOK INTERACTIE UIT

Vermits een bericht meer gewicht krijgt naar mate meer fans interageren (like, commentaar, delen, ...), is het belangrijk om dit te stimuleren. Berichten die interactie uitlokken zijn actueel, niet te saai, en vooral interessant voor de beoogde doelgroep. Ook een blik achter de schermen scoort goed: een personeelsuitstap, een vrijwilliger in de kijker of het pensioen van een collega, kunnen op veel 'likes' rekenen.

VERGEET JE ANDERE KANALEN NIET

Trek ook nieuwe fans aan door een verkorte URL (gebruikersnaam) te genereren en deze op al je media (flyers, affiches, gadgets, ...) te vermelden. In enkele simpele stappen maak je ook een professioneel ogende 'badge' die je andere digitale media (website, blog, ...) kan incorporeren. Vraag ten slotte aan stadsdiensten of partnerorganisaties die ook aanwezig zijn op Facebook om naar jouw pagina te linken, en vice versa: dat kan niet enkel door berichten en foto's te delen, maar ook door die pagina als pagina te 'liken', en ze dan in de kijker te zetten via de optie 'uitgelicht'. ■■

> Meer facebooktips & -tricks vind je op bibidee.blogspot.com.

“OOK EEN BLIK ACHTER DE SCHERMEN SCOORT GOED: EEN PERSONEELS-UITSTAP, EEN VRIJWILLIGER IN DE KIJKER OF HET PENSIOEN VAN EEN COLLEGA, KUNNEN OP VEEL 'LIKES' REKENEN.”