

A portrait of a woman with short, wavy, reddish-brown hair, smiling at the camera. She is wearing a dark blue t-shirt. The background is a blurred outdoor setting with a paved surface and some greenery.

ANTINA VAN DER VEEN
VAN SOCIAL CONNECTION

SOCIALE MEDIA:
**VAN STROP
NAAR SUCCES**



KIJK
TWEE TOT DRIE KEER
PER DAG

'De friet was niet te vreten.' Of: 'De patat was pet.' Misschien vervloekt u ze wel, die reviews en Facebookberichten. Maar wat als u ze in uw voordeel gebruikt? Antina van der Veen helpt u aan de hand van twaalf stellingen door het online woud van kansen en miskleunen.

1. Online fouten maken: vermakelijk of funest?

"Een keer een misser maken is meestal niet funest voor je relatie als cafetariahouder. Zeker in een dorp waar maar één snackbar zit, moet je klant wel een heel grondige hekel aan je hebben, wil hij naar een ander dorp rijden. Toch kan het wel goed misgaan. Een klassiek voorbeeld is de vrouw die online schreef dat ze misselijk werd na het eten in een horecazaak. De eigenaar antwoordde dat er niets mis was met zijn eten en dat ze waarschijnlijk misselijk was vanwege een zwangerschap... Die klant komt natuurlijk nooit meer terug."

2. Mindset bij lastige berichten: dodendans of kans?

"Je kunt maar beter horen dat mensen ontevreden zijn, dan dat ze het achter je rug bespreken. Bovendien: niet iedereen heeft het lef om je er zo op aan te spreken. Zelf vind ik dat ook best moeilijk, maar als men mij op een verjaardag vraagt naar mijn ervaring, uit ik mijn onvrede wel. En dat heeft invloed op de beslissing van de ander om die zaak te bezoeken... Wees daarom dankbaar dat mensen de moeite nemen hun klacht te uiten. Zie het niet als aanval, maar als kans om te verbeteren."

3. Baggerreviews: reageren of negeren?

"Mijn advies: haal de angel eruit. Hoe? Toon begrip. Zeg nooit dat iets niet waar is. Als iemand iets op een bepaalde manier beleefde, is dat gewoon zo. Dat betekent niet dat de klager feitelijk gelijk heeft, wel dat hij dit voor zijn gevoel heeft ervaren. Probeer daarom in te leven, ook al denk je dat er geen barst van klopt."

4. Reageren: telefonisch of online?

"Alles is al openbaar. Handel het daar dus ook zo veel mogelijk af. Als je de klant vraagt om zijn telefoonnummer, dring je hem jouw manier van communiceren op. Soms kun je wel telefonisch de angel eruit halen. Rond het daarna openbaar af. Schrijf bijvoorbeeld: 'Fijn dat we elkaar telefonisch spraken. Je weet hoe je ons kunt vinden als er nog eens iets is. Verder hoop ik dat je binnenkort weer komt eten.' Dan zien de meelezers dat het goed is opgelost."

Zie het als kans om te verbeteren

5. Excuseren of discussiëren?

"Je hoeft niet altijd excuses aan te bieden. Als iemand zegt dat je patat flut is, kun je ook zeggen: 'Wat naar dat jij het zo ervaren hebt.' Bedenk daarbij: het gaat niet om je gelijk krijgen, want daar verlies je je klant mee. Het is een stuk goedkoper om gratis een nieuwe zak patat aan te bieden. Dan proeft je klant dat je het wél goed kunt en komt hij terug."

6. Begrip tonen: vrouwenwerk of mannenwerk?

"Haha. Men denkt dat vrouwen beter kunnen invoelen. Toch maak ik vaak mannen mee die dat heel goed kunnen. En vrouwen die als een bitch reageren. Invoelen zit wel een beetje in je karakter en is daarom lastig te ontwikkelen. Ik train mensen onder meer op kennis en gebruik van Facebook, maar niet op wie ze zijn. Wel hou ik een spiegel voor om te laten zien hoe het overkomt wat ze schrijven. En ik vraag of ze wel nadachten over het effect."

7. Eén teamlid of het hele team aan de socials zetten?

"Niet iedereen heeft gevoel voor de socials. Ga je toch met het hele team online, spreek dan kaders af. Bijvoorbeeld dat je in de je-vorm communiceert. En hoe je klachten afhandelt. Zelf raad ik aan: hou het bij een of twee personen, waarvan jijzelf als eigenaar of bedrijfsleider er eentje bent. Jij bent het gezicht van de zaak en hebt – als het goed is – credits bij de klanten. De stagiair 't laten doen? Vraag je dan af: als diezelfde klant nu belt, wil ik dan dat de stagiair dat telefoontje afhandelt?"

8. Je eigen boosheid: negeren of mee experimenteren?

"Laat je nooit leiden door emoties. Dat keert zich tegen je. Blijf dus altijd netjes. Loop eventueel even weg voor je op een naar bericht reageert. Of laat iemand meelesen voor je het verzendt. Wordt er veel op je gescholden? Je hoeft natuurlijk niet over je heen te laten lopen. Zelf maakte ik wel eens mee dat iemand me voor van alles uitmaakte. Mijn reactie? 'Wat je nu schrijft, dat raakt me. Ik wil je graag helpen, maar liever niet als je op deze manier tegen me praat.' Dan keren mensen vaak om als een blad aan de boom en krijg je meestal een gesprek op inhoud. Wie blijft schelden, kun je beter laten lopen. De mensen die meelesen zien dan wel dat jij je best deed."

9. Klacht opgelost: review verdragen of rectificatie vragen?

"Gaf een klant één ster en klaagde hij? Sommige ondernemers vragen de klant na de oplossing om van één ster vijf sterren te maken. Niet doen. Je kunt er wel op hinten. Schrijf bijvoorbeeld: 'Ik hoop dat je nu niet meer zo boos bent als toen je ons die ene ster gaf.'"

10. Elke vijf minuten je telefoon checken of eens per week online zijn?

"Eens per week? Dan mis je veel belangrijke momenten. En als er de volgende dag een gigantische klacht komt, weet je zes dagen later niet meer wat er aan de hand was. Kijk liever twee tot drie keer per dag kort en reageer niet overal heel uitgebreid op. Dan valt de tijd best mee."



Dit is Antina

Antina van der Veen is eigenaar van Social Connection dat socialemedia-advies geeft en interim-projecten verzorgt. Ook schreef ze het boek *Webcare in de praktijk* over aandacht besteden aan online interactie met consumenten. Verder geeft ze trainingen via onder meer Frankwatching.



Blijf altijd
netjes

11. Complimenten: tijd aan spenderen of negeren?

"Bij een klacht reageer je ook. En als iemand in je zaak zegt dat hij lekker heeft gegeten, hou je toch ook je mond niet? Iemand neemt de moeite voor een review, dan kun je ook wat terugdoen. Schrijf bijvoorbeeld: 'Wat fijn dat je dit zegt. Ik hoop dat je binnenkort terugkomt.'"

12. Reageren op tags: hot or not?

"Er is geen one size fits all. Probeer uit wat werkt. Haak eens in op mensen die elkaar via je Facebookpagina taggen. Geef minimaal een like. Of schrijf: 'Jullie zijn van harte welkom. Vanavond nog 'n bord beschikbaar.' Schrijf bij vaste gasten bijvoorbeeld: 'We hebben je al paar weken gemist. Wanneer kom je weer? Gezellig.' Dan zien de meelezers ook dat je binding hebt met je klanten. Bedenk verder: het is sociale media, dus een dialoog. Als je alleen wilt zenden, heb je online niks te zoeken." ■