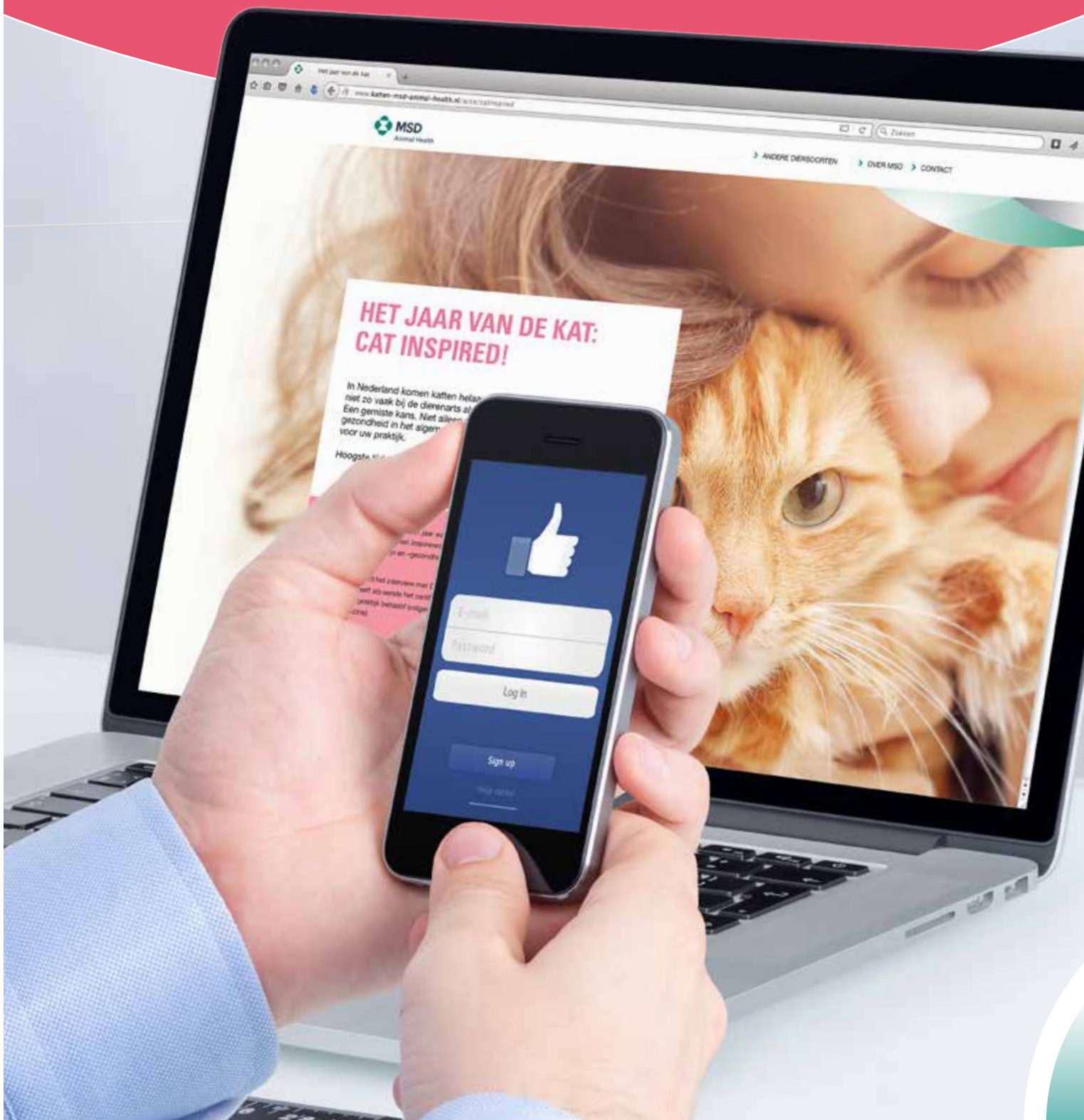


8 tips voor katten-marketing op Facebook



Maak een bedrijfspagina op Facebook aan

Tip 1



Heeft u al een bedrijfspagina? Dan kunt u meteen door naar [tip 3](#) >

Een bedrijfspagina aanmaken op Facebook. Waarom zou u dat eigenlijk doen? Omdat Facebook u een enorm groot netwerk biedt! Nederland kent meer dan 9,4 miljoen Facebookgebruikers, waarvan maar liefst 6,6 miljoen dagelijks inlogt! Onder die gebruikers zijn natuurlijk ook veel katteneigenaren.

Een bedrijfspagina is dan ook een prachtkans om uzelf als katvriendelijke praktijk te profileren aan een grote groep diereigenaren. En dat (ook) binnen uw eigen regio!

Gratis en gemakkelijk

Een Facebookpagina aanmaken is bovendien gratis en gemakkelijk. Met de bezoekersstatistieken kunt u precies zien welke berichten worden gedeeld en 'geliked'. Ga direct aan de slag en bevorder de interactie met uw (potentiële) klanten!

Via www.facebook.com/pages/create.php kunt u een bedrijfspagina aanmaken. Volg de simpele stappen op het scherm.

Zorg voor een goede infopagina en een onderscheidende profiel- en omslagfoto.





Creëer fans!

Tip 2



Stap 1 Klik op de 'Vind ik leuk' knop op uw pagina.

Log in op uw privé-account, ga naar uw bedrijfspagina en klik vervolgens op de 'Vind ik leuk' knop. Op die manier brengt u uw bedrijfspagina onder de aandacht bij uw vrienden en bekenden. Vraag uw collega's de bedrijfspagina te liken. Wanneer zij dat doen, zullen ook veel van hun vrienden en bekenden uw pagina opmerken.

Stap 2 Nodig uw e-mailcontacten uit.

Nodig uw e-mailcontacten uit om uw bedrijfspagina te liken. U kunt uw e-mailcontacten een bericht sturen door op 'E-mailcontactpersonen uitnodigen' in het administratiepaneel van uw pagina te klikken.

Maak meerdere collega's beheerder of redacteur van uw bedrijfspagina, zodat zij ook hun e-mailcontacten kunnen uitnodigen om de pagina te liken. Voordat u het weet, heeft u al aardig wat fans. En hoe meer 'Vind ik leuk's', hoe meer potentieel bereik uw pagina heeft.



Mocht u dat nog niet hebben gedaan,
neem dan even de tijd om de
SuikerziekteABCkatenhond Facebookpagina
van MSD Animal Health te liken.



De essentie van Facebook

Uw bedrijfspagina is klaar! Tijd om uw (potentiële) klanten te bereiken en met ze in gesprek te gaan.

In essentie draait Facebook om:

1. Opgemerkt te worden
2. Leuk gevonden te worden

Dit zorgt er dan weer voor dat mensen tijd maken om uw berichten te lezen, te onthouden wie u bent en wat u doet (wat uw praktijk te bieden heeft) en uw informatie te willen delen met anderen.

Van 'vreemden' naar praktijkambassadeurs

In feite veranderen hierdoor 'vreemden' in kennissen en worden kennissen vrienden. Als deze nieuwe vrienden vervolgens zeer tevreden zijn over uw praktijk, dan kunnen ze zelfs ambassadeurs worden van uw praktijk!

Blijf opgemerkt

Gebruik dus de onderstaande Facebook marketingtips om ervoor te zorgen dat uw nieuwe berichten worden opgemerkt en leuk worden gevonden. Hoe meer interactie u genereert met uw berichten, hoe groter uw bereik is!



Genereer veel interactie



Voor uw Facebook marketingstrategie is het erg belangrijk berichten te plaatsen die veel reacties genereren.

Facebook is namelijk zo ingericht, dat berichten waar veel op wordt gereageerd of die veel worden geliked of gedeeld, automatisch aan veel meer mensen worden getoond dan berichten waar nauwelijks op gereageerd wordt. Vraag in al uw berichten dan ook letterlijk om een reactie van uw volgers. Zo vergroot u uw bereik op Facebook aanzienlijk!

Stuurt u bijvoorbeeld een update over uw praktijk, schrijf dan niet:

*"We hebben onze dierenartsenpraktijk katvriendelijk ingericht.
Kattenklanten zijn van harte welkom!"*

Maar verwoord het liever als volgt:

*"We hebben onze dierenartsenpraktijk katvriendelijk ingericht.
Kattenklanten zijn van harte welkom!
Deel dit bericht als u het ook belangrijk vindt dat dierenartspraktijken
aandacht besteden aan een katvriendelijke inrichting en behandeling!"*

Hierdoor nodigt u uw lezers direct uit uw bericht te delen.

U kunt natuurlijk ook vragen naar ervaringen:

"Krijgt u uw kat makkelijk mee naar uw dierenarts?"

Of naar een mening:

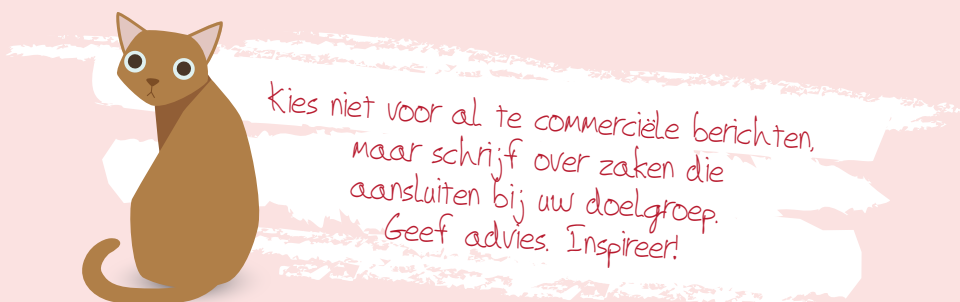
"Wat vindt u belangrijk bij uw keuze van een dierenarts?"

Stel vooral vragen die gemakkelijk te beantwoorden zijn.

Gesloten vragen leveren nog meer respons op, bijvoorbeeld:

*"We zijn van plan een speciaal kattenspreekuur op te starten,
zodat katten niet in dezelfde ruimte met honden hoeven te wachten.
Zou u daar gebruik van maken? Ja of nee?"*

Door vragen te stellen is de kans groter dat uw volgers reageren. Geef ze een blik achter de schermen bij uw praktijk, vraag naar hun mening over nieuwe ideeën of producten zoals in de voorbeelden hierboven. Doe wat met de feedback die u krijgt en laat uw volgers ook weten wat u met hun feedback gedaan heeft.



Zorg voor goede klantenbinding

Tip 4



Een groot deel van uw klanten heeft een Facebookaccount. Laat hen weten dat uw praktijk ook op Facebook te vinden is, bijvoorbeeld door uw pagina te vermelden op posters, bij de balie, op uw factuur, als digitale handtekening van uw e-mail etcetera.

Facebook als servicekanaal

Gaan uw klanten uw pagina volgen? Blijf dan ook online in gesprek met hen. Reageer op hun vragen en berichten. Handel eventuele klachten op een nette manier af (iedereen kijkt mee!). Gebruik Facebook als servicekanaal en verwijst zo nu en dan door naar uw website.

Maak uw berichten de moeite waard

Tip 5



Mensen zullen uw berichten beter in de gaten houden en er naar uitkijken, als u ze af en toe belooft met iets speciaals zoals cadeautjes, kortingsbonnen, een verzorgingsset en meer.

Geef bijvoorbeeld een kattenspeeltje of een kortingsbon weg aan (de eerste 100) mensen die reageren op uw bericht met een specifieke vraag. U hoeft de speeltjes niet op te sturen. U wilt juist dat mensen langskomen in uw praktijk, toch? Een gratis e-book of het geven van tips werken ook goed.

Geen inspiratie? Schrijf bijvoorbeeld een artikel over:

“Met uw kat zonder stress naar de dierenarts in 5 simpele stappen”

Een e-book kunt u trouwens vrij snel maken. Het is een PDF-document met informatie, opgemaakt naar uw eigen inzicht. Dit kennisdocument is in feite ook een e-book. Een verzameling van tips uit uw eerdere berichten vormt ook een uitstekend e-book.

Zorg dat u berichten plaatst met een plaatje



Facebook is een vluchtig medium. Mensen willen niet veel lezen, ze willen vooral zien. En daarbij verrast, ontroerd of verbaasd worden. Gebruik daarom plaatjes! Berichten voorzien van plaatjes hebben veel meer kans geliked en gedeeld te worden. Bijna alle mensen zijn visueel ingesteld en een afbeelding vrolijkt elke timeline op.

Zoals gezegd, katten doen het uitstekend op social media. Maak hier gebruik van. Heeft u geen beelden van katten? Onderstaande tips helpen u verder!

- Maak mooie, ontroerende foto's van eigen medewerkers met hun kat. Zet er steeds een opvallende tekst bij (het liefst in de foto zelf). Laat bijvoorbeeld elke medewerker in een paar woorden de band met hun kat omschrijven. U wilt hier het 'Ah-h' effect bereiken. Hiermee schept u een band met katten-eigenaren, of ze nu al klant zijn of niet.
- Plaats foto's van uw kattenpatiënten (uiteraard met toestemming van de eigenaar) die iets bijzonders hebben meegemaakt en vertel hoe u hen heeft geholpen. Maak wel alleen foto's van katten die op hun gemak zijn.
- Het hoeft niet alleen maar serieus. Zeker bij katten mag het ook grappig zijn. Plaats een link naar een grappige kattenvideo van YouTube en schrijf een persoonlijke tekst bij deze video. Maak het vooral niet te zwaar, maar toon wel uw expertise en uw liefde voor katten.



Informeer, maar denk aan regelgeving!



Facebook biedt u dus veel mogelijkheden om te communiceren met uw klanten. Wilt u ook iets schrijven over bepaalde producten? Houdt u zich dan wel aan de regelgeving:

- Reclame maken voor vrije middelen, zoals Panacur en Scalibor, mag onder bepaalde voorwaarden ([hoofdstuk 5](#), code aanprijzing veterinaire producten). Voor receptplichtige middelen (UDA, UDD en URA) zoals Bravecto is reclame maken richting eigenaren verboden!
- U mag de consument wel informer over receptplichtige producten, maar nooit ongevraagd.
 - U mag wel receptplichtige productinformatie geven na het voorschrijven van een product of bijvoorbeeld wanneer een eigenaar zelf naar productinformatie zoekt of vraagt.
 - U mag geen receptplichtige productinformatie gebruiken op uw Facebookpagina, in uw promotiemailing of e-mailing of receptplichtige productinformatie in uw wachtkamer leggen. Wanneer een eigenaar ongevraagd geconfronteerd wordt met informatie dan kan dat gezien worden als reclame!
 - Gebruik geen afbeeldingen van een receptplichtig product. Dat zou namelijk als reclame gezien kunnen worden.
 - Noem nooit de voordelen van een product, zonder ook de nadelen te noemen.
 - Gebruik geen reclameteksten voor een receptplichtig product. Woorden die een waardeoordeel geven zoals 'nieuw', 'beter', 'best', 'mooi', 'innovatief' en zo voort maken de tekst aanprijzend en mogen daarom in geval van een receptplichtig middel niet gebruikt worden.

Kortom: u kunt onder bepaalde voorwaarden op Facebook openlijk communiceren over vrije middelen; niet over receptplichtige middelen. Wel kunt u uiteraard communiceren over het belang van een effectieve vlooiën- en tekenpreventie! Ook al is er sprake van regelgeving: Facebook biedt tal van mogelijkheden om uw praktijk in het zonnetje te zetten en het belang van preventieve gezondheidszorg te onderstrepen. Op de volgende pagina vindt u de laatste tip. Veel succes!



Timing is alles

Tip 8



Zorg dat u niet altijd op dezelfde dag berichten plaatst. Door dan weer 's avonds dan weer in de ochtend te posten, bereikt u een grotere groep mensen. Wissel ook de dagen af. Post een keer in het weekend, maar ook door de week. Op basis van uw Facebookstatistieken krijgt u vanzelf inzicht in de momenten waarop uw doelgroep het meest online is.

Onderzoek wijst in elk geval uit dat Nederlanders over het algemeen op vrijdag het meest actief zijn op Facebook. Qua tijdstip scoort de lunchpauze goed.

We hopen dat u met deze tips volop aan de slag kunt met Facebook. Heeft u zelf nog tips of ervaringen die u met ons wilt delen? Graag!

www.catinspired.nl is een platform voor en door dierenartsen. Met uw tips kunnen we andere collega's weer volop inspireren! U kunt uw bijdrage sturen naar nancy.lomans-soerjatin@merck.com