

Facebookpost checklist

- Checklist voor het schrijven van een sterke Facebookpost –

PLAATS ALTIJD EEN BEGELEIDEND BERICHT WANNEER JE IETS DEELT OP SOCIAL MEDIA

- ☐ Typ altijd een persoonlijk berichtje bij je post, met een intro, toelichting en call to action, anders begrijpen mensen niet wat je met je bericht wilt zeggen.
- ☐ Als je een linkje deelt, vat dan kort samen waar het over gaat en waarom het relevant/ leuk/ belangrijk is voor je volgers en roep ze op om op de link te klikken.

PAKKENDE INTROZIN

- ☐ Gebruik een pakkende introzin die de aandacht van jouw 'ideale gast' trekt, maar die niet een promotieverhaaltje is.
- ☐ Denk bijvoorbeeld aan ervaringen waarvan je weet dat mensen ze willen meemaken, plaatsen die ze willen bezoeken, stel een vraag of benoem een uitdaging/ probleem waarvan je weet dat ze ermee strugglen.

LAAT JE INTROZIN OPVALLEN QUA OPMAAK

- ☐ Geef je introzin een opvallende opmaak: bijvoorbeeld door emoticons/ symbolen te gebruiken of door je tekst een speciale opmaak mee te geven (vetgedrukt, schuin, etc.).
- ☐ Gebruik eventueel een [gratis online tekst converter](#).

SLUIT JE BERICHT ALTIJD AF MET EEN CALL TO ACTION

- ☐ De afsluiting van je post is ook bepalend voor het 'succes' van je post (hoeveel mensen reageren of actie ondernemen door op een link te klikken, je post te liken, etc).
- ☐ Gebruik variatie in je Call To Action: vraag om een reactie/ trigger mensen om hun ervaring of mening te delen, vraag mensen om iemand te taggen of verwijst naar de link om meer te lezen.

HOUD MENSEN OOK NA 2 REGELS GEÏNTERESSEERD: VERTEL VERHALEN

- ☐ Voeg beleving aan je post toe: beschrijf ervaringen in zoveel mogelijk detail en met zoveel mogelijk voorbeelden van hoe iets echt eruitziet.
- ☐ Schrijf bijvoorbeeld vanuit de zintuigen: zien, ruiken, proeven, horen, voelen.
- ☐ Je kunt ook je eigen ervaring beschrijven/ herkenbare ervaringen delen: wanneer gebeurde iets en waar gebeurde iets.

INHOUD VAN JE POSTS: WAT EN WAAROM, MAAR NIET DE VOLLEDIGE HOE

- ☐ Kies voor een breed OF diep onderwerp, maar niet voor beide in 1 post.

WITRUIMTE EN RUST IN JE OPMAAK

- ☐ Voldoende witregels, niet te veel verschillende fonts, varieer in lengte van je zinnen en posts.

LINKS PLAATSEN OP FACEBOOK EN INSTAGRAM: DOE HET OP DE JUISTE MANIER

- ☐ Je website is de plek waar de boekingen uiteindelijk vandaan komen, dus je wilt wel regelmatig in je social media posts ook eens naar je eigen website verwijzen.
- ☐ Op Facebook kun je heel makkelijk een link in je post plaatsen zonder dat het er rommelig uit ziet: plak de link en verwijder hem daarna weer, zodra de afbeelding en titel zijn verschenen.
- ☐ Op Instagram kun je [LinkTree](#) in je bio gebruiken of maak een pagina op je website met je laatste posts.

HOUD HET 'SOCIAAL', NIET TE 'VERKOPERIG'

- ☐ Gebruik social media vooral om tips te geven waarmee mensen jou leren kennen als persoon, maar vooral 'DE reisexpert voor ...'.
- ☐ Het gaat om de indirecte manier van verkopen: zorg dat je band opbouwt, dat mensen reageren op je post en geïnspireerd worden, zodat ze door willen klikken naar je site.
- ☐ Je mag best af en toe een echt commerciële oproep posten, maar houd dit bij maximaal 10% van je posts.

NIET ALLEEN ZENDEN, VOORAL OOK REAGEREN

- ☐ Bouw persoonlijk contact op door te reageren op de reacties die mensen achterlaten bij je post en toon interesse.
- ☐ Geef een gewone reactie zoals je ook in een normaal gesprek op een verjaardag zou doen, niet te verkopering, maar je mag best verwijzen naar je blogs of reizen.

VARIEER IN HET TYPE BEELDMATERIAAL

- ☐ Wissel af tussen video's, foto's en afbeeldingen met quotes erop, zodat je de posts gevarieerd houdt.
- ☐ Zorg dat je afwisselt tussen foto's van dichtbij/ close-ups en ver weg, mét doelgroep en zonder doelgroep erop, natuur, dieren, je bestemming, maar ook af en toe van jezelf!

MAAK GEBRUIK VAN #S OP INSTAGRAM, YOUTUBE, LINKEDIN EN TWITTER

- ☐ Social mediakanalen worden steeds meer als zoekmachine gebruikt, zodat mensen een idee kunnen krijgen van hoe een bestemming écht is.
- ☐ Hashtags gebruiken is de perfecte manier om meer mensen uit je doelgroep te bereiken, want ook als ze jouw bedrijfspagina nog niet volgen, kun in beeld komen bij al die mensen die zoeken naar specifieke #'s.