



Je bent toch wel op Twitter???

Instagram, YouTube en Facebook zijn social media waar je vast eens van gehoord hebt, en waar je misschien wel eens wat mee doet. Daarin ben je niet alleen: Facebook heeft 10,4 miljoen gebruikers, waarvan er 7,3 miljoen elke dag inloggen. Instagram groeit en heeft nu 5,9 miljoen gebruikers, waarvan er 3,7 miljoen elke dag present zijn. Ook interessant is YouTube met 9,1 miljoen leden en 3,1 miljoen dagelijkse gebruikers. En Twitter groeit ook, met nu 2,9 miljoen accounts en 2 miljoen dagelijkse gebruikers.



Ook het gebruik van het aantal kanalen is het afgelopen jaar gestegen. Wellicht dat de lockdown daar een rol in heeft gespeeld. Je voelt waarschijnlijk al waar ik heen wil: misschien is het het overwegen waard om eens te kijken of je via een van deze platforms je visie, kracht en/of aanbod kan delen.

In 2017 heb ik al eens geschreven over Facebook, dus nu is Twitter aan de beurt. Twitter is een sociaal medium waar met name tekst leidend is. Via (een serie van) korte berichtjes delen mensen hun mening of verhaal. Kort is ook echt kort: een tweet heeft maximaal 280 tekens en kan daarbij foto's, GIF's, video's bevatten. Niet voor niets worden tweets ook wel microblogs genoemd. Bij een tweet hoort een hashtag, een # met tekst erachter, waar berichten op gesorteerd worden. Wordt een hashtag veel gebruikt, dan is 'ie 'trending'. Nu ik dit schrijf, is dat in Nederland #vaccinaties. Je kunt ook zoeken op hashtags en zo voor jou interessante berichten vinden.

Maar waarom zou je überhaupt moeten Twitteren?

Een aantal redenen:

- 1 **Makkelijk:** Twitter is heel eenvoudig – je hoeft er eigenlijk alleen tekst voor te schrijven.
- 2 **Gebruikers:** Op Twitter zitten relatief weinig jongeren. En gebruikers zijn erg trouw en betrokken. Ze staan bovendien open voor informatie.
- 3 **Actueel:** Twitter is een nieuwsplatform, waarop nieuws zich snel verspreidt en waarop wordt gesproken over actuele thema's. Ook op het gebied van gezondheid.
- 4 **Contact:** Je kunt rechtstreeks in gesprek met geïnteresseerden.
- 5 **Gericht:** Door de hashtags kun je je bericht precies daar laten landen waar je doelgroep is.

Twitteren kost niks. Althans, zo lijkt het totdat je de tijd die je erin steekt met je uurtarief vermenigvuldigt. Je moet toch al gauw vijftien keer per maand iets zinnigs tweeten en daarbij ook zelf mensen en keywords volgen, hun berichten lezen

en erop reageren. Daar gaat best wat tijd in zitten, een kwartier per dag is niets. De baten dan. Je kunt om te beginnen heel gericht je doelgroep bereiken met #hooikoorts, #leefstijl of #immuunsysteem. En dat naamsbekendheid je helpt de drempel van je praktijk te verlagen, is ook waar. Maar hoeveel en wanneer (en hoe Twitter zich in dit kader verhoudt tot bijvoorbeeld het sponsoren van de E'tjes) blijft onduidelijk. Dus heb je eigenlijk vooral je eigen doelen als houvast. Die moet je dus stellen. En check jaarlijks even of je er in de buurt komt, of dat je Twitter toch vooral als hobby moet gaan zien.

Voor het geval je mijn Twitter-account wilt checken: voor mij is Twitter zelfs dat niet. Ik ben dus een slecht voorbeeld. Heb je goede voorbeelden? Of ben je er zelf een? Stuur me een bericht. Je vindt me op @2xwoordwaarde ■

Meer informatie:
www.2xwoordwaarde.nl