

# Hoe voer ik campagne op Facebook?

*Handleiding voor ABVV-delegees*

- 3 redenen om campagne te voeren op Facebook
- Hoe begin ik eraan?
- Wat en wanneer posten?
- Reacties opvolgen
- Je pagina promoten

### 3 redenen om campagne te voeren op Facebook

1. Facebook is zonder twijfel het populairste sociale netwerk, met meer dan 5,8 miljoen gebruikers in België.<sup>1</sup> Iedereen die sociale media gebruikt, zit op Facebook - dus ook een hele grote groep van onze ABVV-leden, je burens of je collega's op het werk. Met Facebook beschik je dus over een groot potentieel bereik. Elke dag bezoeken meer dan 4,3 miljoen Belgen Facebook.<sup>2</sup>
2. Facebook is gemakkelijk, snel en gratis in gebruik, al moet je wel bereid zijn er wat tijd in te investeren. Je hebt er geen specifieke technische kennis voor nodig, zoals bij het bouwen van een website wel het geval is.
3. Het ABVV is de grootste Belgische vakbond op Facebook, en dat willen we nog een tijdje zo houden... Met jouw hulp moet dat zeker lukken ;-)



#### Vind ik leuk

##### *ABVV op Facebook*

- ABVV <https://www.facebook.com/vakbondABVV>
- Interim <https://www.facebook.com/rechtenuitzendkracht>
- Klimaatkameraad <https://www.facebook.com/klimaatkameraad>
- Linx+ <https://www.facebook.com/Linxplus>
- Loopbaanbegeleiding <https://www.facebook.com/abvvloopbaanbegeleiding>
- Magik <https://www.facebook.com/ABVVjongeren.magik>

##### *ABVV-gewesten op Facebook*

- ABVV-regio Antwerpen <https://www.facebook.com/ABVV.regio.Antwerpen>
- ABVV Oost-Vlaanderen <https://www.facebook.com/ABVVOVL>
- ABVV West-Vlaanderen <https://www.facebook.com/abvvwvl>

##### *ABVV-centrales op Facebook*

- AC <https://www.facebook.com/Algemene.Centrale.ABVV>
- ACOD <https://www.facebook.com/acod.abvv>
- BBTK <https://www.facebook.com/BBTK.ABVV>
- BTB <https://www.facebook.com/pages/Btb-abvv-transport-logistiek>
- Horval ?
- Metaal <https://www.facebook.com/abvvmetaal>

<sup>1</sup> Bron: Belgian social media monitor juni 2015: <http://bvlg.blogspot.be/2015/06/belgian-social-media-monitor-juni-2015.html>

<sup>2</sup> <http://bloo.vi/1ceL8Yy>

## Hoe begin ik eraan?

Om campagne te voeren op Facebook moet je eerst een persoonlijk profiel hebben. Dat vormt de basis van je Facebook-leven. Via je eigen profiel maak je in de eerste plaats natuurlijk connecties met vrienden en bekenden, maar je kan er nog veel meer mee. Eens je ingelogd bent op Facebook, kan je gemakkelijk een pagina maken voor je ABVV-militantenkern.

### Pagina aanmaken

Facebook laat je dat in verschillende stappen doen:

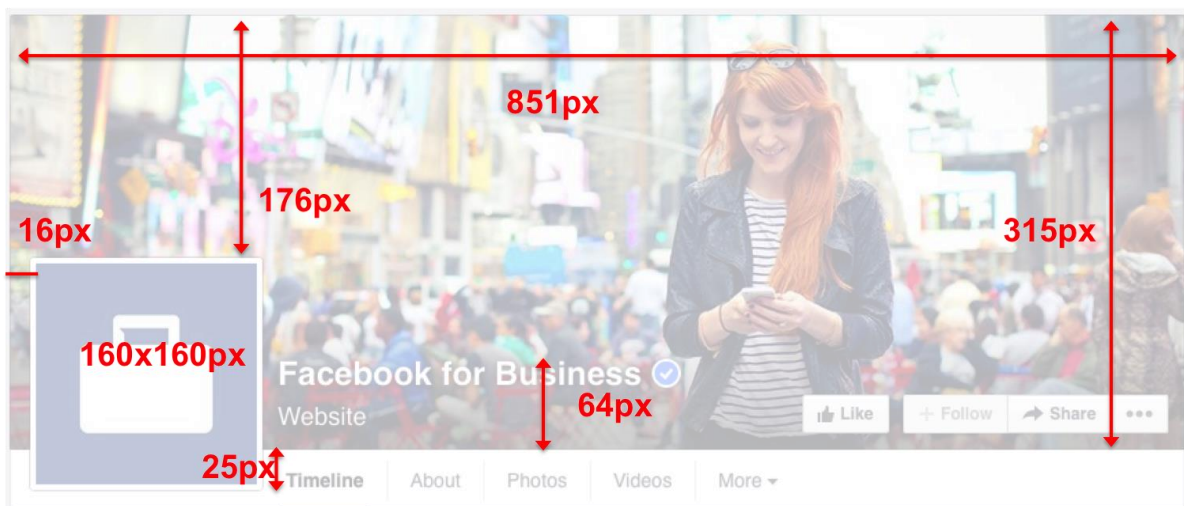
- Klik op 'Pagina aanmaken'
- Selecteer 'Bedrijf, Organisatie of Instelling'
- Kies als categorie 'Organisatie' ('Vakbond' staat niet in het lijstje)
- Vul in het vak 'Bedrijfsnaam' de naam van je bedrijfskern in. Voorbeelden: BBTK Delhaize, ABVV-Metaal Van Hool. Vermeld dus steeds de naam van je ABVV-centrale gevolgd door de naam van je bedrijf.

### Profielfoto

In een volgende scherm kan je onder meer een profielfoto toevoegen. Zet hier nooit het logo van je bedrijf! Dat is immers eigendom van het bedrijf en mag je niet zomaar gebruiken. Veel beter is het om hier het logo te zetten van je vakbond. Zo'n profielfoto moet minstens het formaat 180 x 180 pixels (px) hebben. Grotere afmetingen snijdt Facebook automatisch bij om in een vierkant te passen. Facebook herschaalt je profielfoto automatisch naar 160 x 160 px.

### Omslagfoto

Later kan je ook een Facebook-omslagfoto toevoegen. Die verschijnt dan horizontaal in de hoofding van je pagina met afmetingen 851 pixels breed en 315 pixels hoog. Als je een kleinere afbeelding oplaadt, wordt deze uitgestrekt tot de grote afmeting. Dat oogt doorgaans niet zo mooi. Zoek je inspiratie? Neem dan eens een kijkje op de Facebook van het ABVV of van je beroepscentrale. Hou er ook rekening mee dat je profielfoto bovenop je omslagfoto komt te staan.



## Instellingen

Via 'Instellingen' bovenaan je pagina kan je heel wat zaken aanpassen. In de pagina's hierna bespreken we er enkele belangrijke. Een meer uitgebreide handleiding vind je ook op [www.facebook.com/help](http://www.facebook.com/help).

## Belang van een goed paswoord!

Je beheert je Facebook-pagina met dezelfde login als je persoonlijk profiel. Daarom is het belangrijk altijd een goed paswoord te kiezen dat moeilijk te kraken valt. Tip: bedenk een zin waarin ook hoofdletters, cijfers en leestekens voorkomen en gebruik als paswoord de eerste letter van elk woord. Met deze zin "Ik werk bij het ABVV in de Hoogstraat 42!" krijg je dan bijvoorbeeld dit paswoord "IwbhAidH42!"

## Wanneer maak je een Facebook-groep?

Een pagina volgen gebeurt door 'Vind ik leuk' aan te klikken. De berichten van die pagina verschijnen dan ook in de tijdslijn van je 'fans', tussen de berichten van je vrienden. Alles wat op een pagina staat is openbaar en dus voor iedereen te zien. Wil je dat niet, dan kan je een Facebook-groep aanmaken. Een groep is eerder voor interne uitwisseling bedoeld, niet voor communicatie met een ruimer publiek. Je kan als ABVV-delegatie bijvoorbeeld een groep aanmaken wanneer je iets wel bespreken onder militanten of onder collega's. Wil je dat zonder pottenkijkers, zet de instellingen van je groep dan op 'geheim'. Een groep werkt het best wanneer alle leden van de groep elkaar ook in het echt kennen.

Facebook...	Wanneer	Soort connectie
Profiel	Persoonlijk	Vriend
Pagina	Communiceren met de buitenwereld	Vind ik leuk
Groep	Communiceren onder elkaar	Lid

## Campagne voeren vanop je persoonlijk profiel

Sta je er alleen voor in je bedrijf, dan kan je natuurlijk ook je persoonlijk profiel gebruiken om je als ABVV-militanten kenbaar te maken. Je doet dat dan wel volledig onder je eigen naam, terwijl je bij een pagina wat anoniemer bent.

# Wat en wanneer posten?

## Wat werkt op Facebook?

Wie iets publiceert, wil gelezen worden. Niet alles wat je op Facebook publiceert, wordt echter even goed opgemerkt door je fans. Dat komt omdat Facebook aan elke post een bepaald gewicht toekent, afhankelijk van deze drie factoren:

1. Betrokkenheid: een post krijgt een groter gewicht wanneer hij meer geliked wordt door jouw Facebookvrienden, becommentarieerd wordt of gedeeld wordt. Interactie is dus belangrijk.
2. Soort post: Facebook kent een groter gewicht die aan berichtjes die niet louter uit tekst bestaan, maar een foto of nog beter een video bevatten.
3. Tijdstip: hoe recenter een bericht gepost werd, hoe hoger het in je tijdslijn zal verschijnen. Maar ook de tijd die iemand spendeert aan het bekijken van je post, telt mee. Als een fan langer naar jouw posts kijkt dan naar andere posts, dan worden ook je nieuwe post hoger in de tijdslijn van je fan getoond.

## Je statistieken raadplegen

Van zodra minstens 30 personen je pagina leuk vinden, kan je de statistieken van je pagina raadplegen. Je kan er onder meer uit leren hoeveel mensen een bericht effectief te zien kregen, klikten op een link in je bericht of je bericht deelden. Je vindt er ook demografische gegevens over je fans, zoals het aantal mannen en vrouwen onder je fans of de verdeling in leeftijdsgroepen.

## Wanneer posten?

Het beste moment om een bericht te posten, is wanneer je fans online zijn. Ze krijgen het dan immers bovenaan hun tijdslijn te zien. Maar hoe weet je wanneer je fans online zijn? Ook dat vind je terug in je statistieken: onder 'Posts' toont Facebook je hoeveel van je fans op een bepaald tijdstip online zijn. Meestal zal je het grootste bereik 's avonds tussen 19u en 21u hebben. Handig is trouwens dat je berichten op voorhand kan inplannen. Je moet ze dus niet onmiddellijk publiceren wanneer je ze aanmaakt, maar kan een later tijdstip opgeven. Facebook publiceert ze dan automatisch op dat tijdstip.

## Hoe vaak posten?

Het uitbouwen van je profiel op een sociaal netwerk vraagt tijd. Ideaal is elke dag minstens één maal iets te posten, of als dat niet lukt toch om de twee dagen. Zo bouw je een band op met je fans en bekom je een grotere zichtbaarheid.

## Wat posten?

### a) Gedeelde inhoud:

Lees je een interessant artikel op een website van het ABVV of op een nieuwssite, dan kan je dat makkelijk delen met je volgers, via de Facebook 'Share' of 'Deel'-button bij dat artikel. Je publiceert dan eigenlijk een link naar een website op je Facebook. Je kan er ook nog kort een persoonlijk commentaar bij schrijven. Ook posts die je op andere Facebook-pagina's leest, bv. een campagnefoto of een video van een actie, kan je makkelijk delen.

### b) Originele inhoud:

Ben je zelf wat creatiever met woord of beeld? Dan kan je ook eigen teksten, pamfletten, foto's of video's publiceren.

## Wat mag je zeker niet posten?

Wees behoedzaam voor de reputatie van je bedrijf én voor de reputatie van je vakbond!

Een samenvatting van de verslagen van de ondernemingsraad of veiligheidscomité goedgekeurd door werkgever en vakbond, kunnen worden gepost. De samenvatting mag echter geen persoonsgegevens (van collega's, directieleden) of vertrouwelijke informatie (bijv. financiële data) bevatten en mag het bedrijf geen imagoschade bezorgen. Let hier dus goed mee op!

Gevoelige gegevens omtrent afkomst, politieke opvattingen, godsdienstige of levensbeschouwelijke overtuigingen, lidmaatschap van een vakbond, gezondheid, seksueel leven of gerechtelijk verleden mogen in principe ook niet worden gepost. Op het gerechtelijk verleden na mag je deze gegevens wel verwerken indien je de schriftelijke toestemming van de collega of werkgever hebt gekregen, of wanneer de persoon deze gegevens zelf openbaar heeft gemaakt.

Online ben je tot dezelfde discretie en loyaliteit verplicht als offline. Werknemers hebben het recht op vrije meningsuiting maar strafbare uitlatingen (valse beschuldigingen of bedreigingen, netwerkvredebreuk, cyberpesten, verspreiden van vertrouwelijke gegevens) of berichten in strijd met de deontologische code van het bedrijf, kunnen leiden tot arbeidsrechtelijke sancties, en zelfs tot ontslag.

Je moet ook het portretrecht (foto, film, tekening)respecteren wanneer je een foto, film of tekening post. Je hebt nl. een schriftelijke toestemming van de afgebeelde persoon nodig indien je de afbeelding wenst te gebruiken. Heb je de toestemming om de afbeelding te maken, dan wil dit nog niet zeggen dat je ook de toestemming hebt om de afbeelding (online) te gebruiken.

## Wie kan posten?

Eén van de voordelen van een pagina is dat die meerdere beheerders kan hebben. Je kan dus met meerdere collega's aan je Facebook-pagina werken. De eerste beheerder - diegene die de pagina aanmaakte - kan andere collega's toevoegen via 'Paginarollen'. Er zijn 5 verschillende roltypen voor mensen die pagina's beheren. Alleen een beheerder kan iemands rol wijzigen. De tabel hieronder geeft een overzicht van de 5 paginarollen en van de mogelijkheden:

Facebook-rollen	Beheerder	Editor	Moderator	Adverteerder	Analist
Paginarollen en -instellingen beheren	✓				
De pagina bewerken en apps toevoegen	✓	✓			
Berichten maken en verwijderen namens de pagina	✓	✓			

Berichten verzenden namens de pagina	✓	✓	✓		
Op opmerkingen en berichten op de pagina reageren en deze verwijderen	✓	✓	✓		
Mensen van de pagina verwijderen of blokkeren	✓	✓	✓		
Advertenties maken	✓	✓	✓	✓	
Statistieken bekijken	✓	✓	✓	✓	✓
Bekijken wie er namens de pagina berichten hebben geplaatst	✓	✓	✓	✓	✓

### Posten als pagina

Iets publiceren op je Facebook-pagina doe je vanuit dezelfde login als bij je persoonlijk profiel. Bij je pagina-instellingen kan je aangeven dat je niet publiceert onder je eigen naam, maar als pagina (zie onder 'Berichtenattributie').

Kies onder 'Algemeen' bij 'Berichten van bezoekers' de optie 'Berichten van andere mensen op de pagina uitschakelen'. Daarmee hou je maximale controle over wie iets op je pagina kan posten, maar laat je de mogelijkheid voor interactie wel open (zie hierna).

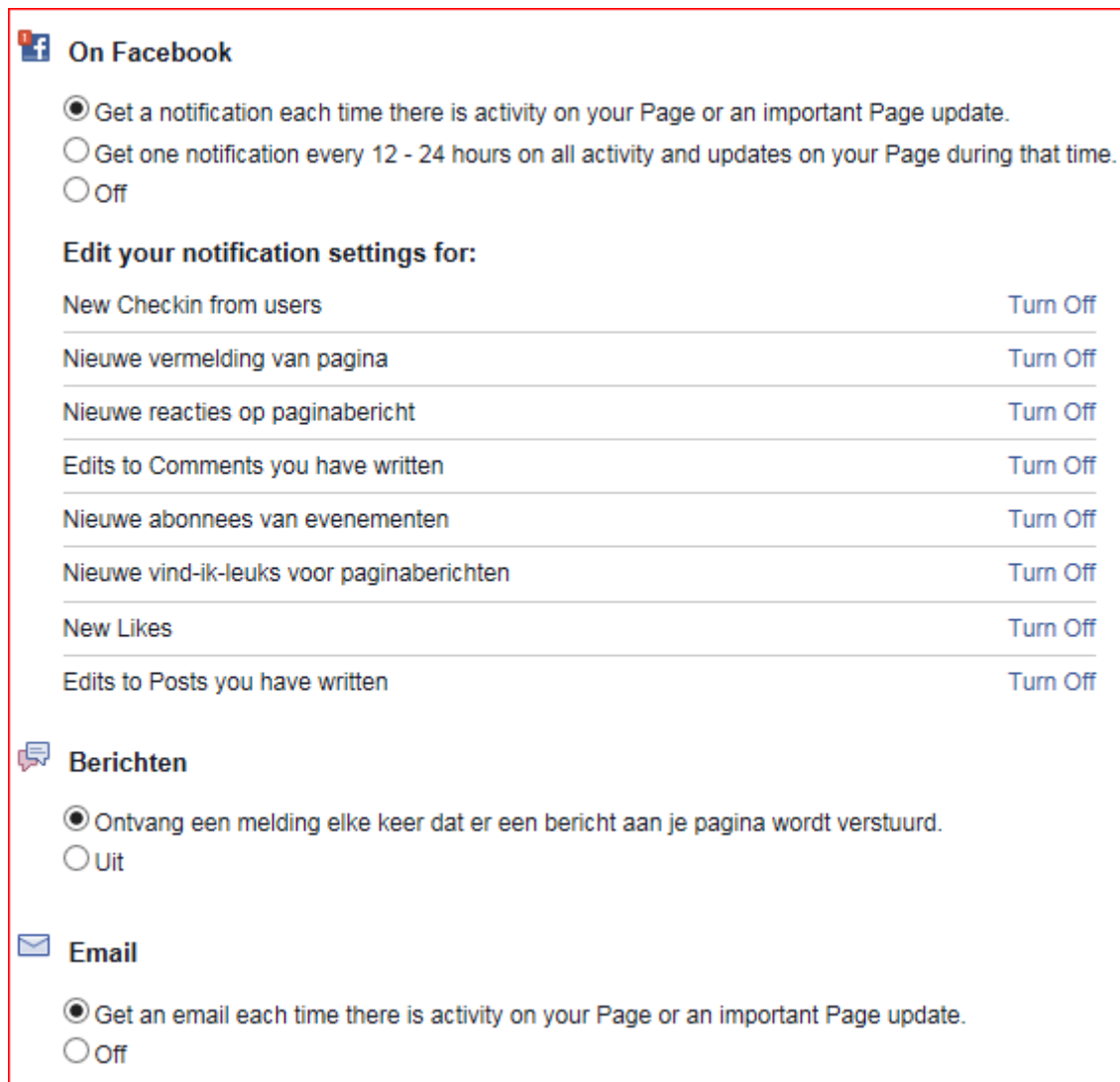
# Reacties opvolgen

## Belang van interactie

Interactie met andere gebruikers is erg belangrijk op Facebook, en het behoort tot het wezen van wat sociale media eigenlijk is. Sociale media is geen eenrichtingskanaal, reacties horen erbij. Hoe meer interactie een bericht uitlokt, hoe meer gewicht Facebook eraan toekent, en hoe meer zichtbaar het wordt in de tijdslijn van je fans.

## Reacties opvolgen

Je kan makkelijk te weten komen wanneer iemand op een bericht reageert. Ga bij 'Instellingen' naar het menu 'Meldingen' en duid aan dat je geïnformeerd wilt worden bij elke interactie.



The image shows a screenshot of the Facebook notification settings interface. It is divided into three main sections: 'On Facebook', 'Berichten', and 'Email'. Each section contains radio button options for notification frequency and a list of specific notification types with 'Turn Off' links.

**On Facebook**

- Get a notification each time there is activity on your Page or an important Page update.
- Get one notification every 12 - 24 hours on all activity and updates on your Page during that time.
- Off

**Edit your notification settings for:**

New Checkin from users	Turn Off
Nieuwe vermelding van pagina	Turn Off
Nieuwe reacties op paginabericht	Turn Off
Edits to Comments you have written	Turn Off
Nieuwe abonnees van evenementen	Turn Off
Nieuwe vind-ik-leuks voor paginaberichten	Turn Off
New Likes	Turn Off
Edits to Posts you have written	Turn Off

**Berichten**

- Ontvang een melding elke keer dat er een bericht aan je pagina wordt verstuurd.
- Uit

**Email**

- Get an email each time there is activity on your Page or an important Page update.
- Off

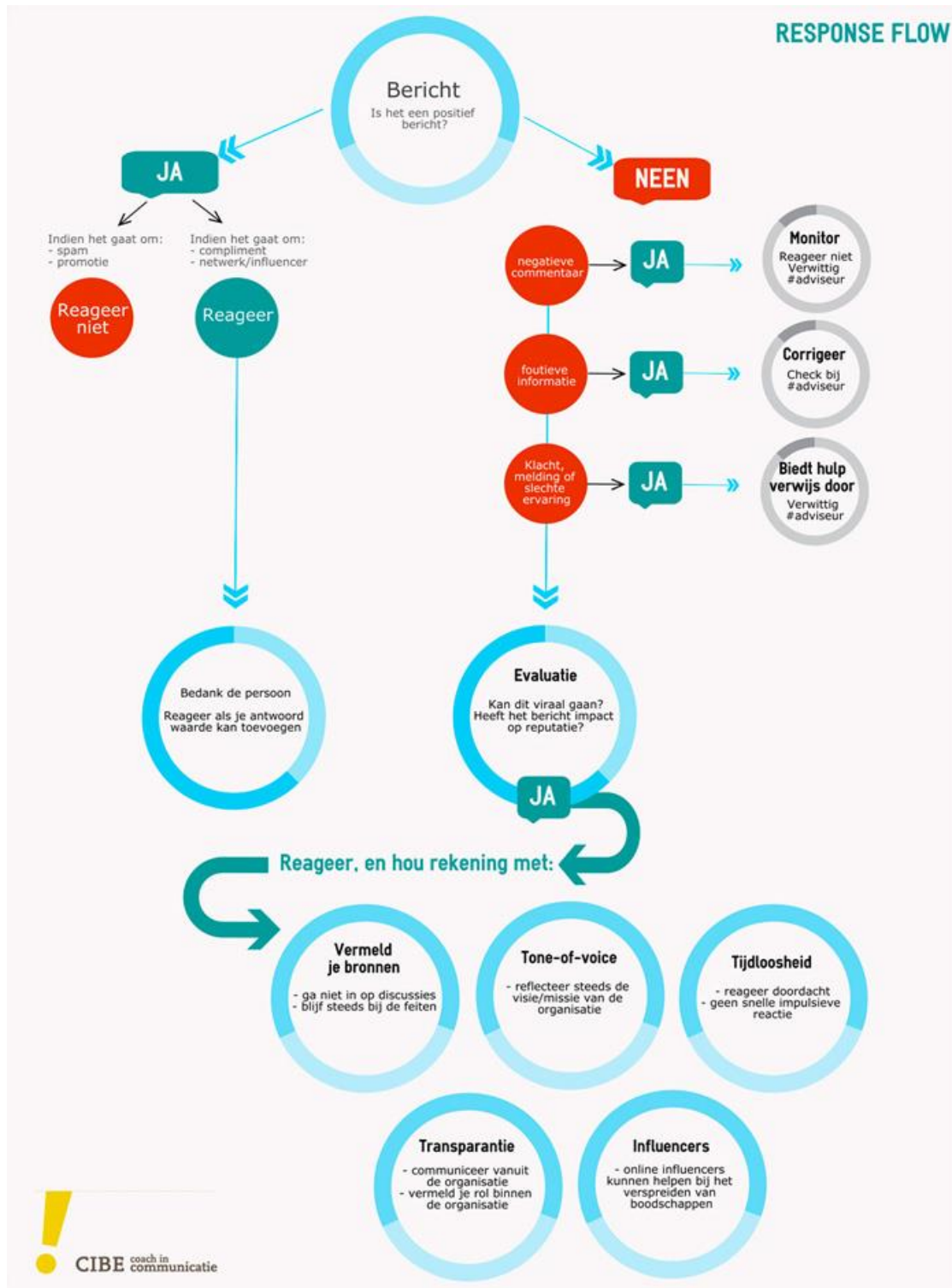
## Hoe reageren op negatieve commentaar?

Besef dat niet iedereen op sociale media even lief is voor elkaar. Wees voorbereid op stekelige opmerkingen. Relatieveer ze, en overweeg hoe je er best op kan reageren. Spam of echt hatelijke of lasterlijke commentaar kan je verwijderen. Maar soms is commentaar ook leerzaam. Ga er dan positief mee om, reageer terug en ga in dialoog. Maar blijf altijd kalm en



beleefd, en laat je nooit op stang jagen. Want gesproken woorden vervliegen, maar geschreven woorden blijven voor eeuwig.

Onderstaande 'response flow' (ontwikkeld door CIBE communicatie<sup>3</sup>) kan je helpen te bepalen wanneer en hoe je moet reageren.



<sup>3</sup> <http://www.cibecomunicatie.be/response-flow-hoe-reageert-jouw-organisatie-op-social-media-berichten/>

### **Scheldwoorden bannen**

Facebook heeft een ingebouwde 'filter voor grof taalgebruik'. Onder 'Algemeen' kan je die instellen. Je kan via 'Paginamoderatie' ook zelf woorden opgeven die je niet wil zien verschijnen. Berichten of reacties met die woorden, worden dan automatisch geblokkeerd. Op de Facebook van het ABVV krijgen we af en toe te maken met mensen die ons slecht gezind zijn. Daarom blokkeren we reacties met scheldwoorden in als "losers, sukkels, klootzakken, lul, debielen, marginalen, luiards, domoren, onnozelaar"... Zo proberen we het debat toch een beetje op niveau te houden.

### **Gebruikers bannen**

Gebruikers die het echt te bont maken op je pagina, kan je ook blokkeren. Ze kunnen de berichten op je pagina dan nog wel lezen, maar kunnen geen interactie meer met je aangaan (zoals reageren op je bericht).

### **Wees realistisch**

Laat je niet te snel ontmoedigen als interactie uitblijft. Verwacht geen snelle resultaten. Hou vol en blijf publiceren. Onderzoek welke posts goed werken en bouw daarop verder.

## Je pagina promoten

Je bent niet de enige die een interessante Facebook-pagina heeft. Vertel de wereld dus volop dat je op Facebook zit, want vanzelf komt niemand dat te weten. En doe dat zowel online als offline.

### Online

Nodig je Facebook-vrienden uit je pagina te liken. Je moet dan Facebook wel gebruiken als jezelf en niet als je pagina.

- Klik op **...** op de omslagfoto van de pagina.
- Selecteer **Vrienden uitnodigen**.
- Klik op **Zoeken in alle vrienden** om een lijst te selecteren of typ de naam van een vriend in het zoekvak.
- Klik op **Uitnodigen** naast de vrienden die je wilt uitnodigen.

Zorg er dus eerst voor dat je met zoveel mogelijk collega's op je werk Facebook-vriend wordt.

Vermeld je Facebook-pagina ook in alle andere online communicatie: op je website of weblog als je die hebt, maar ook in de e-mails die je verstuurt.

### Offline

Maak er ook een gewoonte van je Facebook-pagina te vermelden in alle papieren communicatie die je verspreidt, zoals in een bedrijfsblad of op een pamflet.

### Koester geen overdreven verwachtingen

Zet voor je campagne nooit in op maar één kanaal. Facebook is aanvullend, naast andere communicatiemiddelen. Ga voor een mix van online en offline propaganda. En vergeet niet: de meest impactvolle communicatie is het gesprek van mens tot mens.