



Twitter en Personal Branding

drs. Henk van der Duim

Twitter en Personal Branding

(versie 3.3)

Social Crowd
Eikenlaan 26
8253 AM DRONTEN
info@socialcrowd.nl

Misschien ben je net als ik: je registreert je bij Twitter, doet er vervolgens niets meer mee en je vraagt je af waarom er zo'n drukte over wordt gemaakt.

Of je hebt geen flauw idee hoe je Twitter kunt gebruiken om omzet te genereren of je producten en/of diensten te promoten.



Voor mij was Twitter een nogal beperkte versie van een Instant Messaging dienst. Niets om je druk over te maken dus.

Maar vreemd genoeg kreeg ik toch nog regelmatig e-mailberichten met de mededeling dat die en die mij aan het volgen was. Hoezo volgen? Hoe kon ik deze volgers krijgen zonder dat ik enige activiteit ontplooidde op Twitter? Ik verstuurde geen Tweets en ik was zelf niemand aan het volgen. En toch waren er mensen die mij volgden.

Dit overtuigde mij ervan om nog eens goed naar Twitter te kijken. Ik besepte mij dat Twitter een toegevoegde waarde zou kunnen zijn voor mijn bedrijf. Dus heb ik achterhaald hoe ik dit strategisch kon gebruiken.

Voordat ik verder ga, wil ik eerst wat spelregels uitleggen:

- Dit e-book is geen uitleg over wat Twitter is. Ik ga er vanuit dat je al weet wat Twitter is (kijk anders naar dit [YouTube filmpje](#)).



- Dit e-book gaat er vanuit dat je al Twitter gebruikt, of dat je aan het zoeken bent naar een effectieve en strategische wijze om Twitter in te zetten.
- Wat je wel in dit e-book zult vinden is hoe je Twitter kunt gebruiken als een persoonlijke branding- en marketing tool.

Mijn dank gaat uit naar Rutger Steenbergen van SEO Zwolle, voor de geleverde input en correcties. Rutger is te vinden op:

Twitter: [@seozwolle](https://twitter.com/seozwolle)

LinkedIn: [Rutger Steenbergen](https://www.linkedin.com/in/RutgerSteenbergen)

URL: <http://www.seozwolle.nl>

En naar Hilda Algra van Algra Tekst & Verhaal en zij is te vinden op:

Twitter: [@algra](https://twitter.com/algra)

URL: <http://www.algratekstenverhaal.nl>



Dit is de derde versie van dit e-book. Ten opzichte van de vorige versie zijn de volgende zaken gewijzigd en/of toegevoegd:

- Een hoofdstuk over het zoeken op Twitter
- Een hoofdstuk over de nieuwe layout van Twitter
- Een hoofdstuk over het aanmaken van je eigen Twitter achtergrond
- Een hoofdstuk met een overzicht van de beschikbare tools voor Twitter
- Een inhoudsopgave
- Daar waar nodig de tekst aangepast aan de recente ontwikkelingen

Opmerking

Dit e-book is geoptimaliseerd om Full Screen bekeken te worden. In Acrobat Reader is dat de sneltoets <CTRL+L>.

Zo kun je met één druk op de knop naar een volgende pagina en ben je niet steeds aan het scrollen over je beeldscherm.

Bij het samenstellen van dit e-book is de grootste zorg besteed aan de juistheid van de hierin opgenomen informatie.

Henk van der Duim en/of Social Crowd kan niet verantwoordelijk gehouden worden voor enige onjuist verstrekte informatie in dit e-book.

Twitter is volop in ontwikkeling waardoor er nieuwe mogelijkheden ontstaan die nog niet in deze versie zijn verwerkt.

Inhoudsopgave

Word je eigen merk	8
Volg strategisch	13
Behandel je lijst met contacten als een bezit	16
Zorg voor je eigen niche	20
Verkondig je eigen evangelie én dat van anderen	23
Vrienden	26
Gedraag je	28
Nieuwe Twitter layout	30
Je achtergrond aanpassen	41
Zoeken met Twitter	43
Overzicht tools	51
Henk van der Duim	53

1. Word je eigen merk

Waarom ben je online? Op zoek naar nieuwe omzet? Wil je op je vakgebied dé persoon worden die iedereen benadert? Of wil je dé betrouwbare adviseur voor je klanten zijn?

Misschien is je reden dat je nooit weer door middel van “koude acquisitie”, direct-mail of advertenties, nieuwe klanten wilt verwerven.

Of je bent op zoek naar een nieuwe baan en wilt deze op een andere manier vinden. Je wilt zeker niet dat je CV op iemands bureau in de stapel met honderd andere sollicitanten terecht komt.



In tegendeel je wilt dat werkgevers **jou** kiezen!

Wat je doel ook mag zijn, ik denk dat je niet wilt opgaan in de massa om een *nobody* te worden. Dit betekent dat je geen consumptieartikel wilt worden. Je wilt een *personal brand* (je eigen merk) creëren dat

ervoor zorgt dat anderen jou zien als de autoriteit op je vakgebied.

Hoe dit te realiseren? Seth Godin schrijft in zijn boek ***The Purple Cow***, dat alle succesvolle marketing afhankelijk is van een goed product. En dit is vooral



heel erg waar als het gaat om je eigen merk. Als **ji** het product bent!

Jammer genoeg kiezen de meeste mensen voor zekerheid, of ze doen wat iedereen doet. Het resultaat is dat ze zich niet onderscheiden. Ze worden een consumptieartikel.

Het tegenovergestelde van een consumptieartikel zijn, is jezelf neerzetten als een *personal brand*.

En om nog even bij Seth Godin te blijven; je wordt je eigen ***purple cow***.

Twitter maakt het je ontzettend gemakkelijk om je eigen *personal brand* te creëren. Als je weet welke doelgroep je wilt benaderen en welke oplossingen er zijn voor hun problemen, dan kun je een ***purple cow*** worden met behulp van Twitter. Je voorziet je

doelgroep van kwalitatieve informatie die hen helpt hun problemen op te lossen.

Hoe vind je deze informatie? Het is het beste als je die zelf creëert. Ik heb bijvoorbeeld een Flip HD camera gekocht en ben al bezig om enkele simpele video's te maken. Ik sta voor een witte achtergrond terwijl ik praat over onderwerpen die interessant zijn voor mijn doelgroep.

Daarnaast laat ik met behulp van een screencam ([iShowU](#)) zien hoe je software installeert en inricht en hoe applicaties zoals [Hootsuite](#) werken.

Zo eenvoudig en goedkoop kan het zijn om nieuwe content te creëren.

Het opzetten van een weblog behoort ook tot de mogelijkheden. Daar publiceert je dan artikelen over de onderwerpen die je doelgroep interessant vindt. Je kunt op je weblog daarnaast anderen de mogelijkheid bieden om hun artikelen en video's te publiceren.

Maar om nu steeds nieuwe content te creëren is veel werk. Ik weet niet hoe het met jullie is, maar van het woord werk word ik al moe...

Daarom is het een goed idee om op internet nieuwe informatie te zoeken, die je kunt delen met je volgers op Twitter. Volg een paar weblogs die je goed vindt

en tweet over de artikelen die je daar vindt. Je wilt jezelf positioneren als een oplosser voor problemen of als de betrouwbare adviseur op je vakgebied. Weet je nog wel?

De meeste weblogs hebben een [RSS Feed](#), die kun je via [Twitterfeed](#) koppelen aan je Twitter account.

Je kunt ook een [Google Alerts](#) account nemen om je elke dag de nieuwste informatie te laten mailen over de onderwerpen waarin je geïnteresseerd bent. Of je kunt op [Digg.com](#) of [Stumbleupon.com](#) naar nieuwe informatie zoeken.

Maak ook gebruik van [Social Mention](#), net als Google Alerts kun je informatie in je mailbox krijgen over de onderwerpen waar jij in geïnteresseerd bent. [Social Mention](#) haalt de informatie van de social media platformen.

Denk eens aan het laatste feest waar je bent geweest. Daar waren waarschijnlijk verschillende conversaties tegelijkertijd aan de gang. Dit omdat de groep zich opsplijt in kleinere groepen die praten over verschillende zaken. Maar er is bij elk feest, altijd één persoon in het middelpunt van de belangstelling. Dit is meestal de persoon die het meest interessante onderwerp bespreekt.

Het punt dat ik probeer te maken is dat Twitter net als dat feest is: het is het buurtcafé, de kroeg. Jij wilt die persoon zijn die interessante informatie heeft om over te praten. Tweet dus over de interessante zaken voor je doelgroep. Wees het middelpunt van de belangstelling.

Het geheim van Twitter is: Tweet kwaliteit, Tweet vaak, Tweet authenticiteit en Tweet met persoonlijkheid!

Maak ook eens gebruik van de applicatie [Storify](#). Met behulp van dit hulpmiddel kun je alle berichten op Twitter, Facebook, Youtube, Storify, Google, Flickr, Slideshare en RSS Feeds over een bepaald onderwerp samenvoegen tot één verhaal.

Kijk maar eens naar het verhaal '[Nederlanders #1 in gebruik Social Media](#)'.

2. Volg strategisch

Degenen die jou volgen lijken waarschijnlijk op de mensen die jij volgt. Als je volgers wilt die jouw interesse delen, volg dan de mensen met diezelfde interesse.

Het is niet alleen makkelijker om een relatie op te bouwen met mensen die dezelfde interesse delen. Als je Twitter zakelijk gebruikt, zul je merken dat deze mensen ook meer genegen zijn om zaken met je te doen.

De mensen die jij volgt lijken op de mensen die jou volgen. Daarom is het belangrijk die mensen te volgen die jij interessant vindt en die dezelfde interesses hebben.

Waarom lijken de mensen die jou volgen op de mensen die jij volgt? Omdat de mensen die jij volgt op hun beurt jou ook volgen. Daarnaast zullen veel van hun volgers jou ook gaan volgen.

Dit betekent dat je goed moet nadenken over wie je gaat volgen. Als je Jan en alleman volgt, zullen Jan en alleman ook jou gaan volgen. Wees dan ook niet verbaasd als het opbouwen van de relatie uitermate moeizaam gaat.



Begrijp me niet verkeerd: ik ben geen voorstander van een compleet homogene groep

mensen. Ik heb heel interessante en leuke gesprekken gehad op Twitter met mensen, die in andere zaken geïnteresseerd zijn. Ik heb ook veel geleerd van deze mensen. Maar het is contraproductief als je hele groep volgers uit dergelijke mensen bestaat.

Volg gerust mensen waar je ogenschijnlijk niets gemeen mee hebt, maar die wel interessant zijn. Maar zorg ervoor dat een groot deel van de mensen die je volgt wel dezelfde interesses heeft.

- Zoek die mensen die dezelfde interesses hebben, en volg deze. Je zult ontdekken dat het merendeel van deze mensen jou ook gaat volgen. Dus maak gebruik van deze techniek. Focus op het volgen van mensen met een gemeenschappelijke interesse. Vind je een blogger interessant, zoek dan uit of deze persoon ook op Twitter zit. Zoek met behulp van search.twitter.com naar mensen die specifieke keywords gebruiken als ze tweeten. Verderop in dit e-book ga ik uitgebreid in op search.twitter.com. Of gebruik hier een specifieke tool voor zoals: [Tweetdeck](#),

[Tweetadder](#) of [Twirl](#). Kijk ook eens op de [Twittergids](#).

Als je iemand vindt met dezelfde interesses, kijk dan naar de mensen die zij volgen en bekijk de profielen van deze mensen. Je zult veel meer mensen ontdekken met dezelfde interesses. Keer dan het proces om en kijk wie deze persoon volgen. Op deze manier vind je nog meer mensen met dezelfde interesses.

- Kijk ook naar hoe vaak iemand een tweet verstuurt. Als de laatste keer dat ze een tweet verstuurd hebben een paar maanden geleden is, laat deze twitteraar dan links (of rechts) liggen. Je kunt ze ook met een gerust hart links laten liggen als de tweets verkooppraatjes zijn van 140 karakters of als de tweets vooral gaan over of ze patat of chinees gaan eten, of als ze twitter beschouwen als een chat systeem.
- Als je mensen zoekt uit dezelfde regio dan kun je gebruik maken van: [nearby tweets](#), de [twitter startpagina](#), [Twitter Grader](#) of search.twitter.com.
- Stuur een e-mail naar al je relaties met de mededeling dat je een Twitter account hebt. Beloof ze dat als je jou gaan volgen jij hen zondermeer terug volgt.

3. Behandel je lijst met contacten als een bezit

Dit betekent dat je volgers en de mensen die jij volgt van waarde zijn voor je organisatie en ook zo behandeld moeten worden.

Juliette Powell, die “33 Million People in the Room” heeft geschreven, heeft bij mij het concept van ‘*Social Capital*’ geïntroduceerd. Het idee is dat je contacten tot de bezittingen van de organisatie behoren, het zijn dus activa, net als een gebouw, een patent of een lijst met klanten.

Als je bekend bent met Robert Kiyosaki’s “Rich Dad, Poor Dad” concept, dan weet je dat een bezit iets is dat ROI produceert (ROI=Return on Investment).

En wat doet een goede ondernemer met bezittingen of kapitaal? Het antwoord is: laten groeien! In Twittertermen betekent het dat je jouw aantal volgers wilt laten groeien op een strategische manier en tegelijkertijd een relatie wilt opbouwen met deze volgers.

Nu zijn er mensen die denken dat het aantal volgers een soort “score” is. M.a.w. “des te meer mensen mij volgen des te belangrijker ik ben...duh!”
Zij denken dat het hebben van veel volgers synchroon loopt met het versturen van verkeer naar

hun website, weblog, Facebook pagina of Hyves pagina.

Als je toch wilt weten hoe jij *scoort*, dan is het interessant om eens naar jouw eigen [Klout](#) score te kijken.

Natuurlijk is het belangrijk om hard te werken aan het vergaren van je volgers. Maar een groot aantal volgers waar je geen relatie mee hebt, zal je niet helpen. Dat is hetzelfde als het kopen van een mailinglijst en die gaat spammen.



Je kunt best veel volgers hebben, maar als je niet hun aandacht hebt en respect geniet, als ze jou niet beschouwen als een persoon die regelmatig

interessante tweets verstuurt, die hen helpt de problemen op te lossen, dan zul je weinig succes boeken met Twitter.

Er zijn een aantal technieken die ontworpen zijn om snel aan volgers te komen. De methodieken zijn gebaseerd op het gegeven dat als jij hen volgt, ze jou ook gaan volgen.

Deze technieken proberen niet eens om iets strategisch voor elkaar te krijgen. Op die manier relaties opbouwen? Vergeet het maar!

Deze technieken laten je veel mensen volgen, een paar dagen wachten en diegene die jou dan nog niet volgt, daar neem je afscheid van (unfollow). Dit herhaal je eindeloos.

Natuurlijk kun je op deze manier een grote schare van volgers opbouwen, maar hoe gaat dit je helpen als ze niet dezelfde interesses hebben?

Hier zijn een aantal manieren om een schare volgers op te bouwen en een relatie met hen op te bouwen:

- ***Tweet regelmatig.*** Deze twee woorden zijn de belangrijkste in dit e-book. Als je kijkt naar de mensen met de meeste volgers (uitgezonderd de bekende mensen) dan zul je zien dat zij veel berichten hebben gepubliceerd. Ik krijg bij elke Tweet 1 tot 3 nieuwe volgers. Als ik meer publiceer dan krijg ik ook meer volgers, dezelfde dag of een dag later.
- ***Tweet interessant.*** Niet al je Tweets hoeven serieus of zakelijk te zijn (zie punt 6). Maar je wilt bekendstaan als iemand die goede informatie aanbiedt. Zoals al eerder aangegeven: zorg dat je via Digg, Stumbleupon, Google Alerts, Social Mention

of een groep weblogs op de hoogte blijft en dat je op die manier aan interessante informatie komt, die je vervolgens kunt delen.

- ***Tweet sociaal.*** Twitter is een conversatie, geen eenrichtingsverkeer. Tweet niet altijd over je eigen content, maar zet een ander ook eens in het zonnetje.

Stuur regelmatig een "reply". Geef een compliment op een goede Tweet van een ander (Dit is overigens ook een manier om opgemerkt te worden en vervolgens weer gevolgd te worden). Of retweet een bericht van een ander.

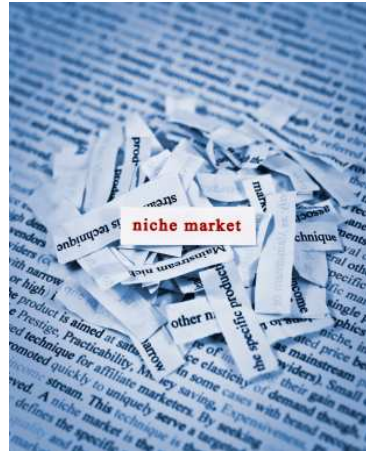
Twitter kent de [FollowFriday of FF](#) hashtag (#), hiermee zet je op vrijdag sommige van je volgers in het zonnetje.

Des te onbaatzuchtiger je bent, des te meer succes (lees: volgers) zul je hebben.

- ***Twitter branding.*** Als je reageert op een blogartikel, zet dan je twitter ID onder je naam. Mensen die je commentaar goed vinden, zouden je kunnen gaan volgen. Zet je Twitter ID ook in je e-mailhandtekening, op je website en op je visitekaartjes. Behandel je Twitter ID net als je e-mailadres.

4. Zorg voor je eigen niche

Welke problemen kun jij goed oplossen? Als je je eigen Niche wilt hebben, concentreer je dan op het oplossen van problemen voor anderen.



Helaas vinden heel veel mensen het lastig of vervelend om te praten over de problemen die ze oplossen, in plaats van wat ze doen. Wij Nederlanders zijn nog al snel geneigd om op de vraag “Wat doe jij?” als volgt te antwoorden: “Ik ben consultant”, “Ik ben administratief medewerker”, “Ik ben manager finance”, etc. Als iemand mij vraagt wat ik doe, dan antwoord ik als volgt: “Ik help bedrijven de problemen op te lossen die zij tegenkomen bij het inzetten en gebruiken van social media.” Of: “Ik zorg ervoor dat bedrijven optimaal gebruik maken van de digitale mond-tot-mond reclame...” Dit zorgt bijna altijd voor een vervolgvraag en dus een gesprek.

Stel zelf vragen als: “Wat is je grootste passie?” Of: “wat is je grootste uitdaging in je werk?”

Ga eens terug naar de vragen die ik in het begin heb gesteld. Waarom ben je online? Wil je op je vakgebied de persoon zijn waar iedereen naar toegaat of wil je een consumptieartikel zijn?

Ik ga er gemakshalve vanuit dat je een betrouwbare adviseur wilt zijn (over de andere optie schrijf ik misschien ook nog wel eens een e-book). Als dit zo is, moet je ook zo gaan denken. Je moet je eigen stukje internet claimen, zodat de mensen je kunnen vinden.

In mijn optiek is het starten van een weblog de beste optie. Een weblog onderscheidt zich van een statische website, door het gemak waarmee je nieuwe content kunt toevoegen.

Weblogs en Twitter zijn een twee-eenheid. Je kunt via twitter op gezette tijden mensen je link van je website of Facebookpagina toesturen, maar een weblog biedt je de mogelijkheid om altijd nieuwe informatie toe te sturen. Dit betekent dat je je volgers op Twitter altijd relevante content kunt aanbieden.

Als je goed kijkt naar een aantal echt goede weblogs, dan zul je zien dat veel goede content niet bestaat uit geheel originele stukken tekst. (Een hele opluchting voor diegene die een hekel heeft aan schrijven of het hiervoor te druk heeft).

Je kunt ook linken naar iemands weblog artikel (dit noemen we een "[trackback](#)") en je eigen inzichten of mening toevoegen. Dit scheelt niet alleen tijd, maar het levert ook extra verkeer naar je weblog op. De lezers van het oorspronkelijke artikel zullen ook bij jou gaan kijken, om nog meer informatie over het onderwerp te vinden.

De **conclusie** is dat hoe krachtig Twitter ook kan zijn, zonder een interessante plek waar je je volgers naar toe kunt verwijzen zal het je niet verder helpen.

Er zijn genoeg gratis content management systemen (cms) te vinden voor weblogs (o.a. [WordPress](#), [Typepad](#), [Blogger](#))

5. Verkondig je eigen evangelie en dat van anderen

Ik heb een artikel gelezen waarin werd aangegeven dat Twitter zonde van de tijd is. Vooral omdat elke tweet maar voor een beperkte periode zichtbaar is voordat het van de pagina verdrongen wordt door nieuwe tweets.

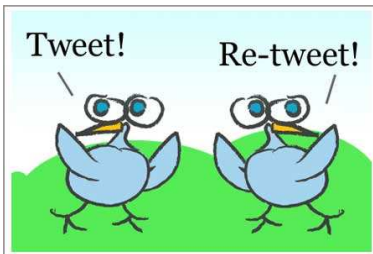
Dit is "old school" -marketingdenken en laat zien dat dit denken geen grip heeft op hoe social media het spel heeft veranderd.

De auteur vond zijn boodschap erg belangrijk is. Maar social media gaat niet over wat jij en ik zeggen, het gaat over wat anderen over jou zeggen.

Social media marketing is anderen voor jou de marketing laten doen. Met andere woorden: social media werkt alleen als andere mensen over jou praten. Vandaar mijn eerdere opmerking voer digitale mond-tot-mond reclame.

Twitter maakt dit je wel heel gemakkelijk: gebruikers kunnen je berichten "retweeten" die ze interessant of relevant vinden.

In dat opzicht is Twitter heel genereus voor diegene die genereus is. Als je bekendstaat als iemand die waarde toevoegt aan de conversatie, nieuwe content



creëert of nieuws en ideeën met anderen deelt, zullen je tweets regelmatig worden “ge-retweet”.

Je zou dergelijke mensen jouw ambassadeurs kunnen noemen. Dit zijn de mensen die bewust en vrijwillig jouw content en ideeën doorgeven aan anderen.

Als jouw tweet geretweet wordt, wordt hij niet alleen gedeeld met je eigen volgers maar ook met die van de retweeter.

Denk maar eens aan die [YouTube](#) video's die de hele wereld over gingen in zeer korte tijd. Of aan de website [PleaseRobMe.com](#): in zeer korte tijd heel veel media aandacht. Of aan [OneFrameOffFame](#), waarbij een muziekvideo elk uur een nieuwe versie heeft. Of denk eens aan het vliegtuig wat in een weiland neerstortte.

Als jij ook je tweets wilt laten retweeten, dan zijn er 3 regels:

- Word een ambassadeur. Als jij bekend staat als iemand die makkelijk content van anderen doorgeeft (retweet), dan wordt je content ook snel geretweet. Het is wel belangrijk dat je

kwalitatief goede informatie retweet. Niet retweeten om het retweeten. Je wilt ten slotte wel een bron van goede informatie blijven. Het maakt niet uit of die informatie van jezelf of van anderen is.

- Vraag om te retweeten. Het blijkt dat er een behoorlijke toename in retweeting ontstaat, als de persoon van de oorspronkelijke tweet er gewoon om vraagt: "RT aub" aan het eind van zijn tweet.
- Dit leidt weer tot het volgende punt. Bewaar je retweetverzoeken voor je beste materiaal. Dan zul je merken dat het geen probleem is.

6. Vrienden



Je zult verrast zijn hoe snel je vrienden maakt op Twitter als je deelneemt aan diverse gesprekken.

Ik heb al aangegeven dat ik er geen grote fan van

ben om Twitter gebruiken als een Instant-Messaging service. Een op een gesprekken die de rest van ons ook kunnen volgen, helpen ons niet echt en geeft ons het gevoel buitengesloten te worden.

Reageren op en retweeten van andermans berichten is een goede manier om opgemerkt te worden, volgers te krijgen en vrienden te maken.

Voeg wat humor toe als het kan. Als je de gave hebt om een ander aan het lachen te krijgen, doe dat dan. Of tweet over grappige onderwerpen.

Als één van je twittercontacten een goed doel of iets anders promoot en jij kunt dit zonder enige reserve ondersteunen, doe dit dan.

Twitter is niet alleen maar zakelijk. Probeer dus te vermijden dat je alleen maar zakelijke tweets verstuurt. Het is al eerder gezegd: tweet persoonlijk.

Dit laat zien dat je niet alleen maar een zakelijk bestaan hebt, maar ook een hart.

Geef iemand die kwalitatief goede informatie levert eens een compliment. Het is altijd leuk om te horen dat je noeste arbeid gewaardeerd wordt (hint).

Het is mijn ervaring dat maar weinig mensen de moeite nemen om de website van een ander te bekijken.

Doe dit eens. Het zal je helpen in het gesprek, weten wat de ander doet, hoe zijn/haar kleine stukje op internet er uit ziet. Ze zullen verrast en vereerd zijn dat je de moeite hebt genomen.

7. Gedraag je

Zie Twitter als een gemeenschap. We hebben onze regels. We hebben niets tegen zelfpromotie, zolang je maar bijdraagt aan de conversatie, genereus bent, vriendelijk en op de een of andere manier waarde toevoegt.

Maar als je een spammer bent, dan kunnen we je unfollowen. En als je echt vervelend bent dan kunnen we je blokkeren. In tegenstelling tot onze hulpeloze e-mailinbox, kunnen we onze twitteraccount beschermen.

Kenneth Wu ([@emailcopywriter](#)) heeft een goede basisregel: verstuur zeven informatieve tweets voor elke zelfpromotionele tweet.

Ondanks dit alles, kun je nog steeds gezien worden als een mafkees. Als je in de tweets URL's opneemt naar verkoop websites (je kent ze wel, die ellenlange pagina's met een hoop blabla), dan kunnen je volgers het gevoel krijgen dat ze worden beetgenomen. Zelfs al hanteer de 7:1-ratio van [@emailcopywriter](#).



Veel beter is het om mensen naar een weblog te sturen (nog een reden om er **nu** eentje te starten).

Conclusie

Dit is het dan. Je kent nu de zeven regels hoe je Twitter kunt gebruiken om jezelf als merk neer te zetten en marketing te bedrijven. Er komt geen magie aan te pas: wees genereus, maak vrienden, lever interessante en informatieve content die gedeeld kan worden, volg strategisch en tweet vaak.

Aan de andere kant heeft Twitter wel iets magisch. Ik ken geen andere manier om zo snel zo veel contacten te leggen.



8. Nieuwe Twitter layout

Twitter heeft onlangs een nieuwe layout geïntroduceerd. Het ontwerp is veel beter georganiseerd dan voorheen. Een hele stap voorwaarts.

Zodra de nieuwe layout zichtbaar was op mijn [@ultranex](#) account ben ik begonnen met testen: het uitproberen van de nieuwe functies, andere profielen bekijken. En al snel kwam ik erachter dat mijn achtergrond niet past bij de nieuwe layout.

In dit hoofdstuk beschrijf ik de nieuwe layout en leg uit hoe je de nieuwe achtergrond kunt opzetten.

Wat zijn de belangrijkste wijzigingen?

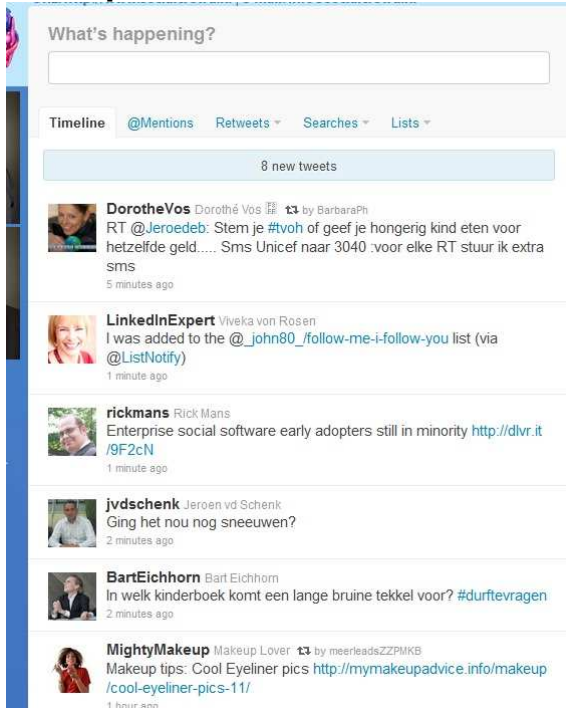
Al na een paar minuten zag ik dat er een aantal belangrijke wijzigingen zitten in de nieuwe interface. De wijzigingen zitten in de functionaliteit en het ontwerp van de interface. Hieronder worden de belangrijkste veranderingen besproken:

Bovenste Balk



Met de nieuwe balk aan de bovenkant heb je gemakkelijk toegang tot de zoekoptie (*search*), net als de toegang tot je profiel, *messages* en instellingen (*settings*). Het mooiste vind ik dat je altijd de beschikking hebt over de zoekoptie (*search*).

Linker paneel



Het linker paneel is gericht op de tweets en de berichten (*messages*). Je kunt gemakkelijk switchen tussen *timeline*, *favorites*, *following*, *followers* en *lists*.

Als je het profiel van een twitteraar bezoekt dan zie je meteen een complete beschrijving van dat profiel.



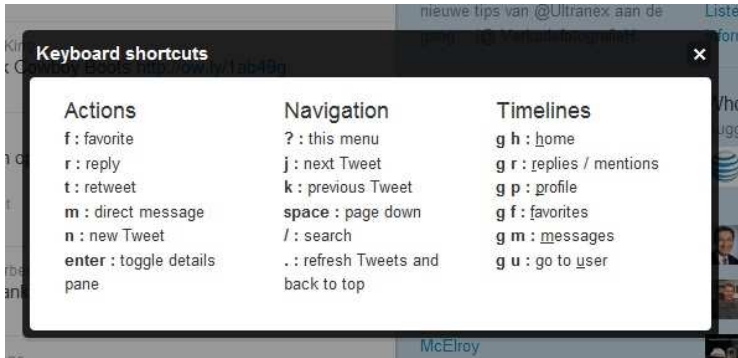
Rechter paneel

The screenshot shows the right-hand navigation panel of a Twitter profile page. It is organized into several sections:

- Your Tweets 2,050**: A section for the user's recent tweets, with a sample tweet from 4 minutes ago by @timkant.
- Following 2,630** and **Followers 2,873**: Two rows of profile picture icons representing the user's connections.
- Favorites 38**: A list of tweets the user has favorited, starting with one from EelcovandeKamp.
- Listed 76**: A list of accounts the user is listed on, with a sub-section for 'Recently listed in' including Mutual-Friends, Listed-Me, and Social media, business-information.
- Trends**: A vertical list of trending topics such as Worldwide, Black Friday, #thingswecanallagreeon, Casseta & Planeta, #bama, #paznorio, BOPE, Ingram, McElroy, Vila Cruzeiro, and Pirate Bay.
- Who to follow**: A section for account suggestions, including 'shareatt', 'MaximeVerhager', 'ericnoy', and 'robertswereld', each with a 'Follow' button.
- Twitter for i-Pad**: A promotional link for the official Twitter app for iPads.
- Footer**: A row of links for About, Help, Blog, Status, Jobs, Terms, Privacy, Shortcuts, Businesses, Media, Developers, Resources, and a copyright notice for © 2010 Twitter.

Het rechter paneel heeft nog wat zaken uit de oude interface, maar ze worden nu op een meer georganiseerde wijze getoond. Je vindt hier de basale informatie over je account (*tweets*, *following*, *follower* en *lists*), je laatste tweet, de huidige trends, suggesties voor twitteraars om te volgen en additionele opties.

Keyboard shortcuts



Kijk hier hebben wij wat aan: automatisch een retweet maken met (t), om te navigeren tussen tweets (j) (k), dit maakt het leven van de twitteraars een stuk makkelijker.


Non stop scrolling

Dit had ik graag via een plaatje willen laten zien ;-)

Maar deze zul je echt zelf moeten doen en ervaren. Als je naar beneden scrolled in je Twitter timeline zie je niet meer de "show more" knop, maar worden de oude tweets automatisch geladen.

Eenvoudig de hashtags (#) bekijken



Als je in een tweet op dit icoontje  klikt dan zie je in het rechterpaneel een overzicht van andere tweets met dezelfde hashtag (#).

Foto's in je tweets plaatsen

 **@ultranex**
Social Crowd

Hier word ik wel blij van :-o
<http://twitpic.com/3ag8t8>

1 minute ago via Osfoora for iPhone ☆ Favorite ↻ Reply 🗑 Delete

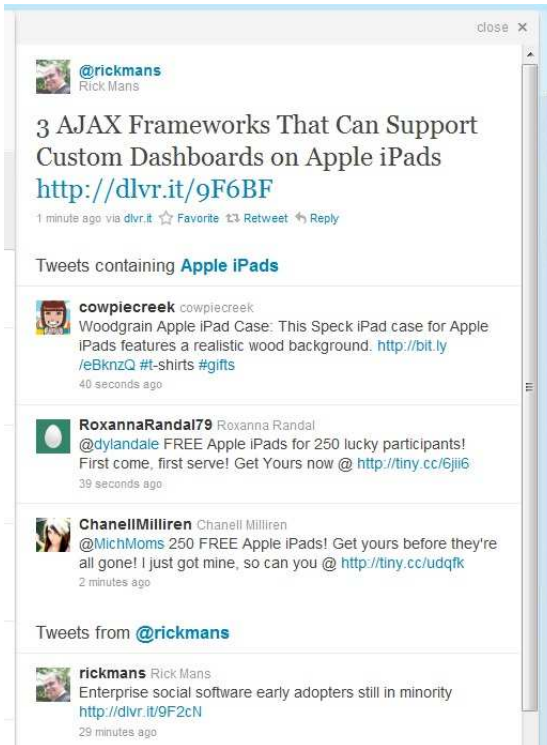


via  TwitPic

Twitter is partner van een aantal grote foto bedrijven, waaronder: Flickr, TwitPic en YFrog. Dankzij deze partnerships kun je nu foto's zien in je rechter paneel.

En net als met de foto's kun je nu ook video's in je tweets plaatsen van verschillende bronnen, zoals Youtube en Vimeo. De video's zijn dan weer zichtbaar in je rechter paneel.

Meer inzicht



The screenshot shows a Twitter search interface with a 'close' button in the top right. The main tweet is from @rickmans (Rick Mans) with the text: "3 AJAX Frameworks That Can Support Custom Dashboards on Apple iPads" and a link to <http://dlvr.it/9F6BF>. Below this, there are sections for "Tweets containing Apple iPads" and "Tweets from @rickmans".

@rickmans Rick Mans
3 AJAX Frameworks That Can Support Custom Dashboards on Apple iPads
<http://dlvr.it/9F6BF>
1 minute ago via dlvr.it ☆ Favorite ↻ Retweet ↩ Reply

Tweets containing **Apple iPads**

cowpiecreek cowpiecreek
Woodgrain Apple iPad Case: This Speck iPad case for Apple iPads features a realistic wood background. <http://bit.ly/eBknzQ> #t-shirts #gifts
40 seconds ago

RoxannaRandal79 Roxanna Randal
@dylandale FREE Apple iPads for 250 lucky participants! First come, first serve! Get Yours now @ <http://tiny.cc/6jii6>
39 seconds ago

ChanellMilliren Chanell Milliren
@MichMoms 250 FREE Apple iPads! Get yours before they're all gone! I just got mine, so can you @ <http://tiny.cc/udqfk>
2 minutes ago

Tweets from **@rickmans**

rickmans Rick Mans
Enterprise social software early adopters still in minority
<http://dlvr.it/9F2cN>
29 minutes ago

Als je nu op een tweet klikt krijg je in het rechter paneel meer informatie te zien over de link en de hashtags.

Je Followers evalueren



close x

 **Smedio**
[@smedio](#) [view full profile →](#)
Calgary, Canada

<http://www.smedio.com>

334 Tweets **1,684** Following **3,122** Followers **1,252** Listed

[+ Follow](#)  

Recent Tweets

 **smedio** Smedio
All You Need to Know About tomorrow's Small Business Saturday
<http://su.pr/34Rjea> by [@douglasi](#)
1 hour ago

 **smedio** Smedio
Seven Reasons People Will Retweet You <http://smedio.com/1004>
22 hours ago

 **smedio** Smedio
Great [#SocialNetworking](#) Sites for [#Entrepreneurs](#) -
<http://smedio.com/1020>
25 Nov

[More Tweets from @smedio →](#)

Met deze optie kun je een blik werpen op je *followers* en kijken of ze de moeite van het terugvolgen waard zijn. Je ziet de basis informatie van het profiel en de laatste 3 tweets. Een mooie manier om te zien wie het is die jou volgt.

8.1 Je achtergrond aanpassen

In het artikel "[Je eigen achtergrond bij Twitter](#)" leg ik uit hoe je een achtergrond maakt. Dit artikel is gebaseerd op de oude Twitterlayout.

Ik zal hieronder beschrijven hoeveel ruimte je hebt voor je achtergrond bij de verschillende schermresoluties.

1024 x 768

Bij deze resolutie heb je minimale ruimte om je informatie op de achtergrond te plaatsen. Je hebt ongeveer 40 pixels aan de linkerkant en ongeveer 30 pixels aan de rechterkant. Daarnaast kent het rechter paneel een ondoorzichtigheid van 75% (opacity), hier kun je ook mee experimenteren.

1280 x 1024

Dit is een van de meest populaire resoluties. Je hebt hier aan de rechterkant ongeveer 105 pixels tot je beschikking en aan de linkerkant ongeveer 103 pixels. En het rechter paneel kent een breedte van 500 pixels.

1440 x 900 (widescreen)

Je komt steeds meer en meer widescreen monitoren tegen die meer informatie laten zien op de X-as (horizontaal). Je hebt hier 185 pixels aan de rechterkant en 183 pixels aan de linkerkant. En het rechter paneel heeft 500 pixels tot z'n beschikking.

9. Zoeken met Twitter

Twitter is een platform waar informatie wordt gedeeld en gesprekken worden gevoerd. Dit alles in [real-time](#). Hier verschijnt het nieuws vaak als eerste, vaak nog voor het op TV verschijnt en nog voordat het door de grote online nieuwswebsites gemeld wordt.

Meer mensen dan ooit maken gebruik van de sociale media en de hoeveelheid nieuwe content, die wij met z'n allen creëren groeit ontzettend snel.

je zou kunnen zeggen dat wij last hebben van een *information overload!*

Om maar eens een opmerking van [Clay Shirky](#) te gebruiken: 'It's not information overload...it's filter failure'.

Om op de juiste manier de gewenste informatie te vinden zul je filters moeten gebruiken. Er zijn verschillende soorten filters die je kunt gebruiken en dit artikel laat je een aantal methodieken zien.

Net als andere zoekmachines kent Twitter twee types: **real-time standaard search**,

Bekijk wat iedereen nu bezighoudt



A screenshot of the Twitter search bar. It features a white input field with a cursor, a blue 'Zoeken' button, and a tip: 'Tip: gebruik operators om geavanceerd te zoeken.'

Trends: Nederland · wijzigen · Paranormal Activity 3  Uitgelicht · #Televizier
Linda de Mol · #graNAC · #voetbalinternational · Rita Verdonk · Wilfred Genee
HSP · Koningsbrugge · Man Bijt Hond

waar je zoekwoorden kunt invoeren. Deze methode is bij iedereen bekend, want deze is direct beschikbaar op je Twitterpagina (bovenste balk). En...

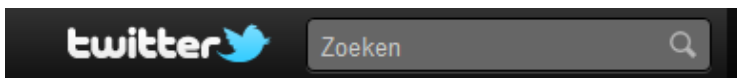
Advanced Twitter Search

Twitter heeft ook een geavanceerde zoekmachine, die veel meer mogelijkheden biedt om te filteren.

Met behulp van deze interface kun je op twee manieren zoeken binnen Twitter:

1. De 'Search Box'
2. Het 'Search Form' (zoekformulier)

Search Box



A screenshot of the Twitter Search Box. It shows the Twitter logo, the word 'Zoeken', and a magnifying glass icon.

Je kunt hier verschillende [functies](#) gebruiken om je zoektocht te verfijnen. Ze worden allemaal behandeld in dit hoofdstuk, met voorbeelden.

Zoeken op woorden

- [sociale media](#) = zoekt naar tweets waarin **beide** woorden ("sociale" en "media") voorkomen
- ["sociale media"](#) = zoekt naar tweets waarin de **exacte** zin "sociale media" voorkomt
- [sociale OR media](#) = zoekt naar tweets waarin "sociale" **OF** "media" voorkomt (of allebei)
- [sociale -media](#) = zoekt naar tweets waarin "sociale" staat, maar **NIET** "media"
- [#socialemedia](#) = zoekt naar tweets met de **hashtag** "#socialemedia"

Personen zoeken

- [from:henkvanderduim](#) = zoekt naar tweets van de **persoon** "henkvanderduim"
- [to:peterteriele](#) = zoekt naar tweets die **naar de persoon** "peterteriele" **zijn verstuurd**
- [to:socialmediarob](#) **OR** [to:slijterijmeisje](#) = zoekt naar tweets die naar "socialmediarob" **OF** naar "slijterijmeisje" zijn verstuurd
- [@dutchcowboys](#) = zoekt naar tweets die **verwijzen** naar "@dutchcowboys"

Plaatsen/locaties zoeken

- [“mac osx” near:lelystad](#) = zoekt naar tweets met de **exacte** zin “mac osx”, die **verstuurd zijn in de buurt van** “Lelystad”
- [zeilen near:amsterdam within:15km](#) = zoekt naar tweets met het **woord** “zeilen” die **binnen een bereik** van 15 kilometer van Amsterdam zijn verstuurd

Zoeken op datum

- [“google android” since:2010-01-25](#) = zoekt naar tweets met de **exacte** woorden “google android” die **verstuurd zijn sinds** 2010-01-25 (jaar-maand-dag)
- [“windows 7” until:2010-05-15](#) = zoekt naar tweets met de **exacte** woorden “windows 7” die **verstuurd zijn tot aan** 2010-05-15 (jaar-maand-dag)

Zoeken op sentiment

- [film](#) 😊 = zoekt naar tweets met het **woord** “film” met een *positief* sentiment
- [eten](#) 😞 = zoekt naar tweets met het **woord** “eten” met een *negatief* sentiment

Overige opties

- [linkedin filter:links](#) = zoekt naar tweets met het **woord** "linkedin" en waarin een **link naar een URL** staat
- [voetbal source:tweetdeck](#) = zoekt naar tweets met het **woord** "voetbal" die verstuurd zijn via *Tweetdeck*
- [bier?](#) = zoekt naar tweets die een **vraag stellen** met het **woord** "bier" er in

Al deze functies kun je gebruiken, ook gecombineerd, om je zoektocht verder te verfijnen.

Search Form

De *advanced search form* onder de *search box* biedt je de mogelijkheid om de functies te gebruiken, zoals ze hierboven zijn beschreven, maar dan met behulp van een formulier.

Geavanceerd zoeken

Woorden	
Al deze woorden	<input type="text"/>
Exact deze uitdrukking	<input type="text"/>
Eén van deze woorden	<input type="text"/>
Geen van deze woorden	<input type="text"/>
Deze hashtags	<input type="text"/>
Geschreven in	Elke taal <input type="button" value="v"/>

People	
Van deze accounts	<input type="text"/>
Gericht aan deze accounts	<input type="text"/>
Vermeldt deze accounts	<input type="text"/>

Plaatsen	
In de buurt van deze plaats	<input type="text"/>

Anders	
Selecteer:	<input type="checkbox"/> Positief :) <input type="checkbox"/> Negatief :(<input type="checkbox"/> Vraag ? <input type="checkbox"/> Inclusief retweets

Zoeken

Zoekopdracht bewaren

Twitter biedt je de mogelijkheid om je zoekopdracht op te slaan.

Vanuit de Twitter interface voer je de zoekopdracht in en dan klik op het *zoek icoon* (vergrootglas).



Om deze zoekopdracht te bewaren klik je op 'Save this search link'



Deze zoekopdracht is nu opgeslagen en die kun je in de toekomst eenvoudig opvragen door op de link hiervan te klikken.



Je kunt ook je eigen [search widget](#) maken en deze aan je weblog/website toevoegen.

10. Overzicht tools

Visualisatie tools:

- [TwitterThoughts](#)
- [Twitter StreamGraphs](#)
- [Twitaholic](#)
- [Trendistic](#)
- [Grafitter](#)
- [Twittervision](#)
- [Social Collider](#)
- [Tittersheep](#)
- [5K Twitter Browser](#)
- [Twitterearth](#)
- [TweetExposure](#)

Wat anderen over je zeggen

- [Tweetdeck](#)
- [Hootsuite](#)
- [TwitterFall](#)
- [RetweetRank](#)
- [BackTweets](#)
- [FavStar.fm](#)
- [Twitter Search](#)
- [Tweetymail](#)
- [Twitterfountain](#)
- [Social Mention](#)
- [Twitratr](#)

Ontvolgen

- [The Twit Cleaner](#)
- [ManageFlitter](#)
- [Just Unfollow](#)
- [Qwitter](#)
- [Friend or Follow](#)
- [Refollow](#)
- [MyTweeple](#)
- [TheUnfollowApp](#)
- [TwerpScan](#)
- [SocialToo](#)

Analyse tools

- [iMonitoring](#)
- [Twitalyzer](#)
- [Trendistic](#)
- [Twitchurly](#)
- [TweetStats](#)
- [TweetEffect](#)
- [Twitter Analyzer](#)
- [Twinfluence](#)
- [Twitter Grader](#)
- [TweetPsych](#)
- [TwitterCounter](#)

Henk van der Duim



Ik ben een blogger, schrijver, trainer, adviseur, spreker en oprichter van Social Crowd.

Ik help ondernemers, zelfstandige professionals (ZP) en particulieren bij het succesvol toepassen van social media, zodat ze herkend en erkend worden als de autoriteit

op hun eigen vakgebied.

Het is mijn persoonlijke missie om andere professionals te helpen bij het creëren van hun eigen merk, door gebruik te maken van weblogs, Twitter, LinkedIn en andere social media.

Via Social Crowd bied ik de volgende diensten aan:

Social Media F.L.I.R.T. / Social Media Bedrijf

Trainingen (zowel open inschrijving als incompany) speciaal ontwikkeld voor ondernemers, ZP-ers die de social media gericht en succesvol willen toepassen.

[Meer informatie](#)

Social Media Scan/Tweetplan/Blogplan

Speciaal ontwikkelt voor ondernemers. Deze diensten variëren van een social media profiel voor jouw en je organisatie tot een praktisch toepasbaar tweet-, blog- of actieplan.

[Meer informatie](#)

Spreken

Als jouw bedrijf op zoek is naar een bevlogen spreker, met humor en veel praktijkvoorbeelden, voor de eigen medewerkers of relaties, neem dan contact op.

[Meer informatie](#)

Je kunt mij bezoeken op mijn weblog:

<http://www.socialcrowd.nl> en je kunt mij volgen op twitter; [@ultranex](#), via de e-mail henk@socialcrowd.nl, via mijn [LinkedIn profiel](#) en ik ben ook telefonisch te bereiken op nummer 0643 - 825294.

Veel succes en ik zie uit naar jullie tweets.