



04 MODULE 4 - LES 2

Online netwerk in kaart brengen

Als je je wil begeven in de online netwerken die er zijn rondom jouw portefeuille of inhoudelijke speerpunten, is het van belang dat je eerst weet waar die zitten.

01

WIE KEN JE ALLEMAAL?

Start met het opzoeken van de mensen en organisaties waarvan je weet dat zij zich in jouw gemeente bezighouden met de thema's die belangrijk voor jou zijn.



Je doelgroep

- Ken je **mensen die geraakt** worden het probleem en hier op Instagram over praten?
- Ken je **mensen die geïnteresseerd** zijn in dit probleem of thema?
- Zijn er **stakeholders** die zich ook bezighouden met dit probleem actief op Instagram?

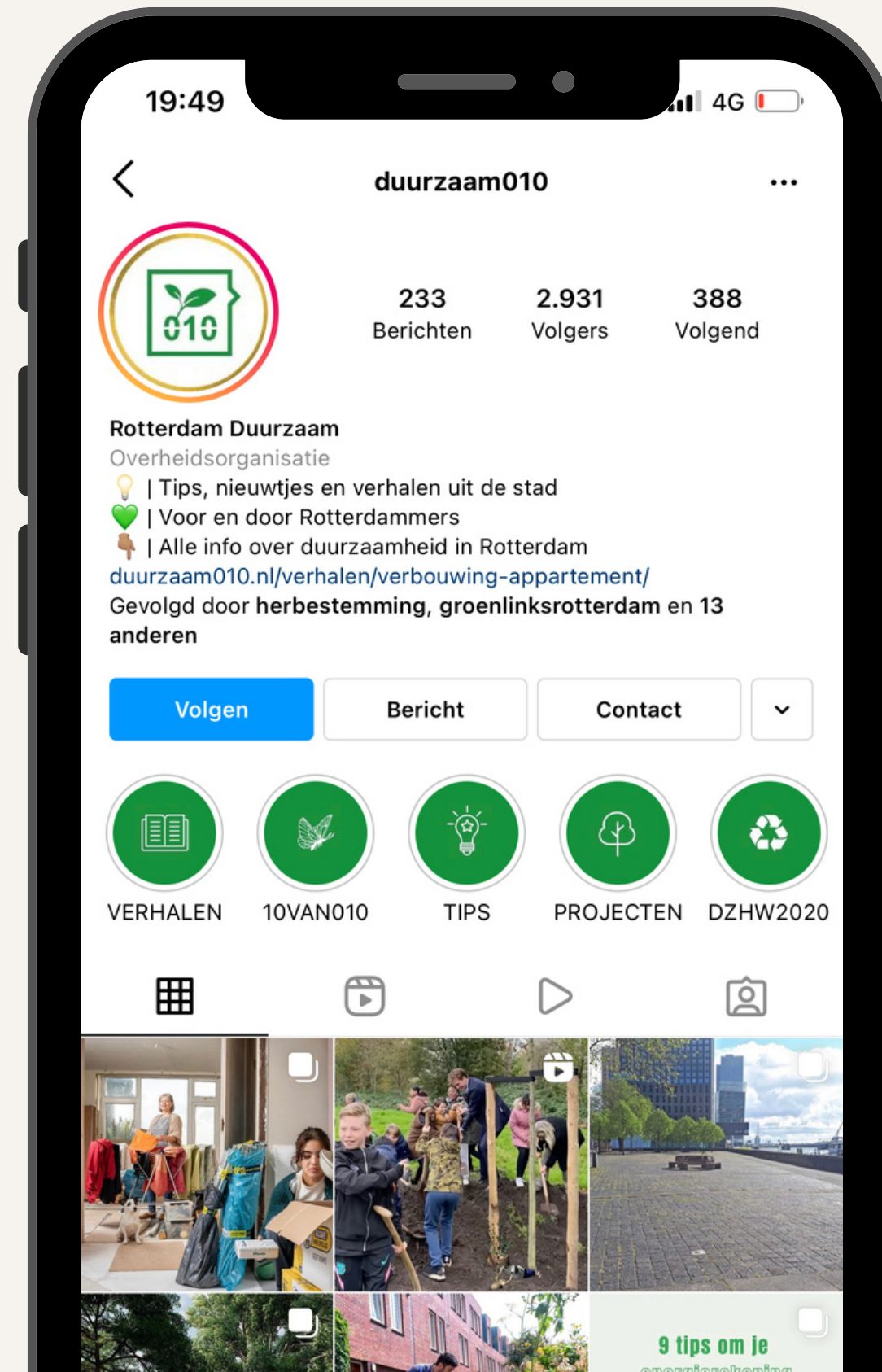
Stel je voor...

...dat jij je bezighoudt met duurzaamheid in Rotterdam. Wie weet ken jij een ondernemer in jouw gemeente die zich met zijn bedrijf keihard inzet voor een duurzamere leefomgeving. Of wellicht is er een mooi initiatief in jouw gemeente met een eigen Instagramaccount dat je kan gaan volgen.



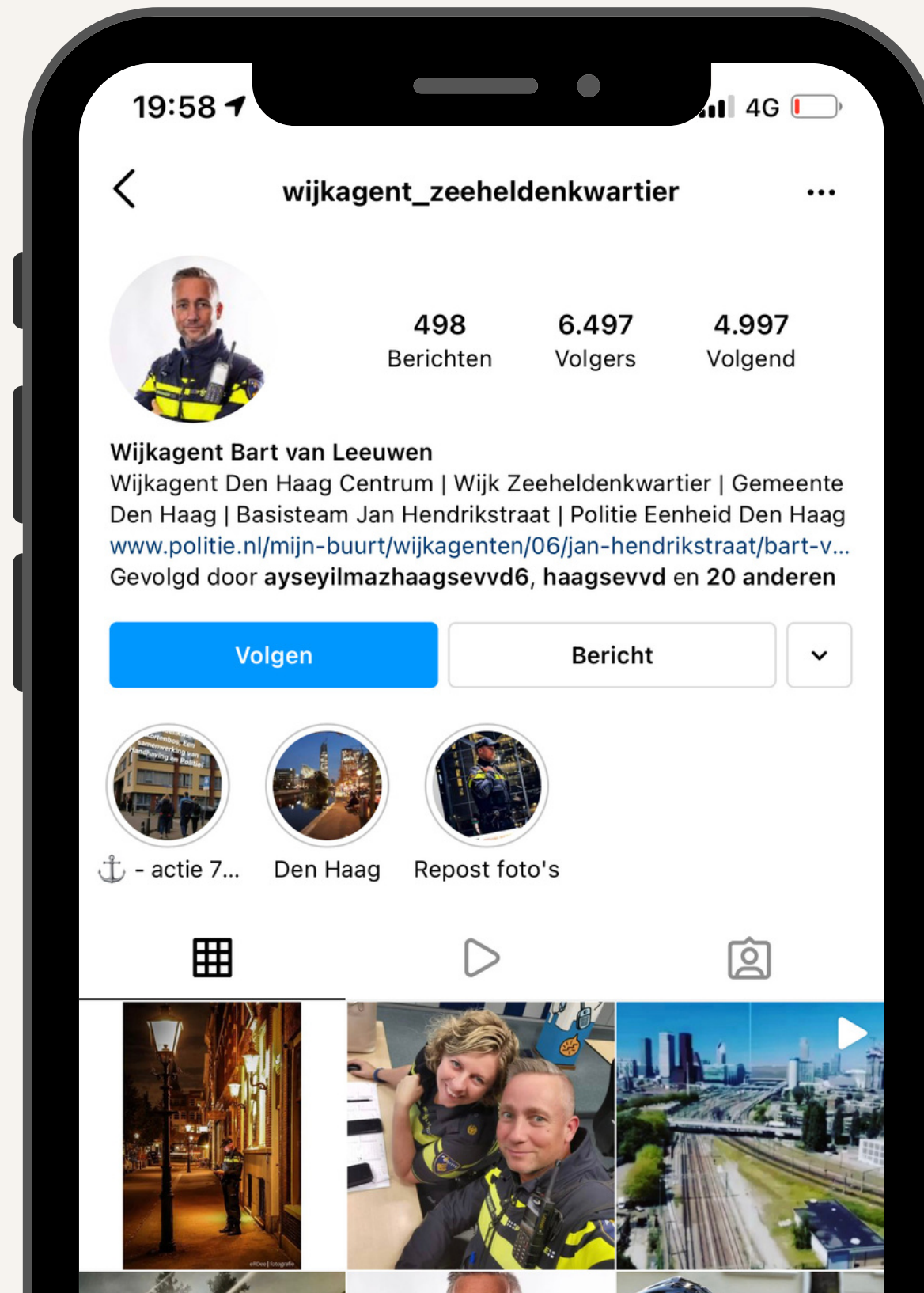
VOORBEELD

Een mooi voorbeeld hiervan is
@duurzaam010. Een campagne van
gemeente Rotterdam. Of bijvoorbeeld
het account **@1000geveltuinen**.



VOORBEELD

Bart van Leeuwen,
@wijkagent_zeeheldenkwartier



BEKIJK HUN VOLGERS

Ga eens kijken naar de mensen die hen volgen. Zitten daar ook interessante accounts tussen die voor jou relevant zijn en die je nog niet kende? Ga deze volgen.

01

02

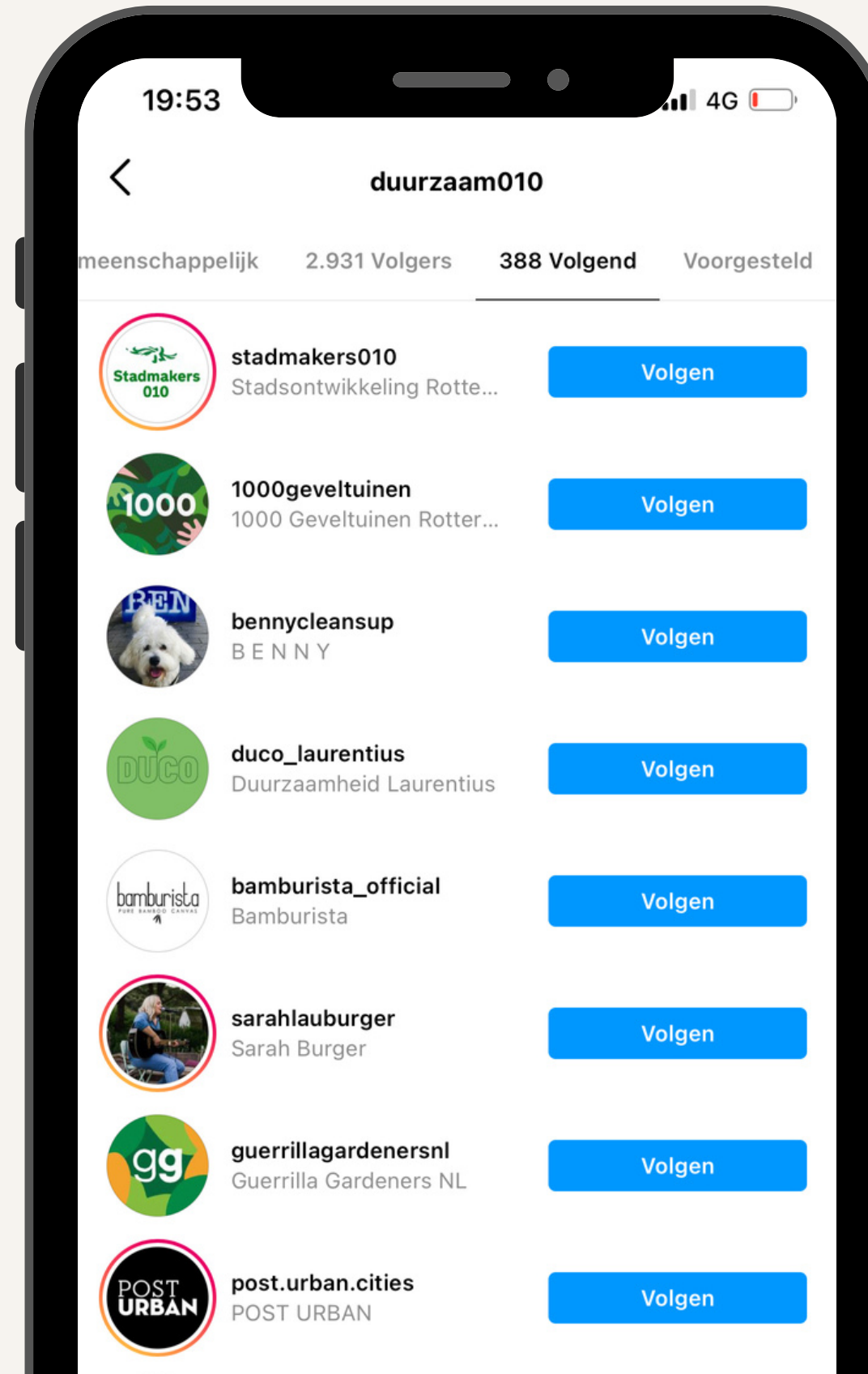
WIE KEN JE ALLEMAAL?

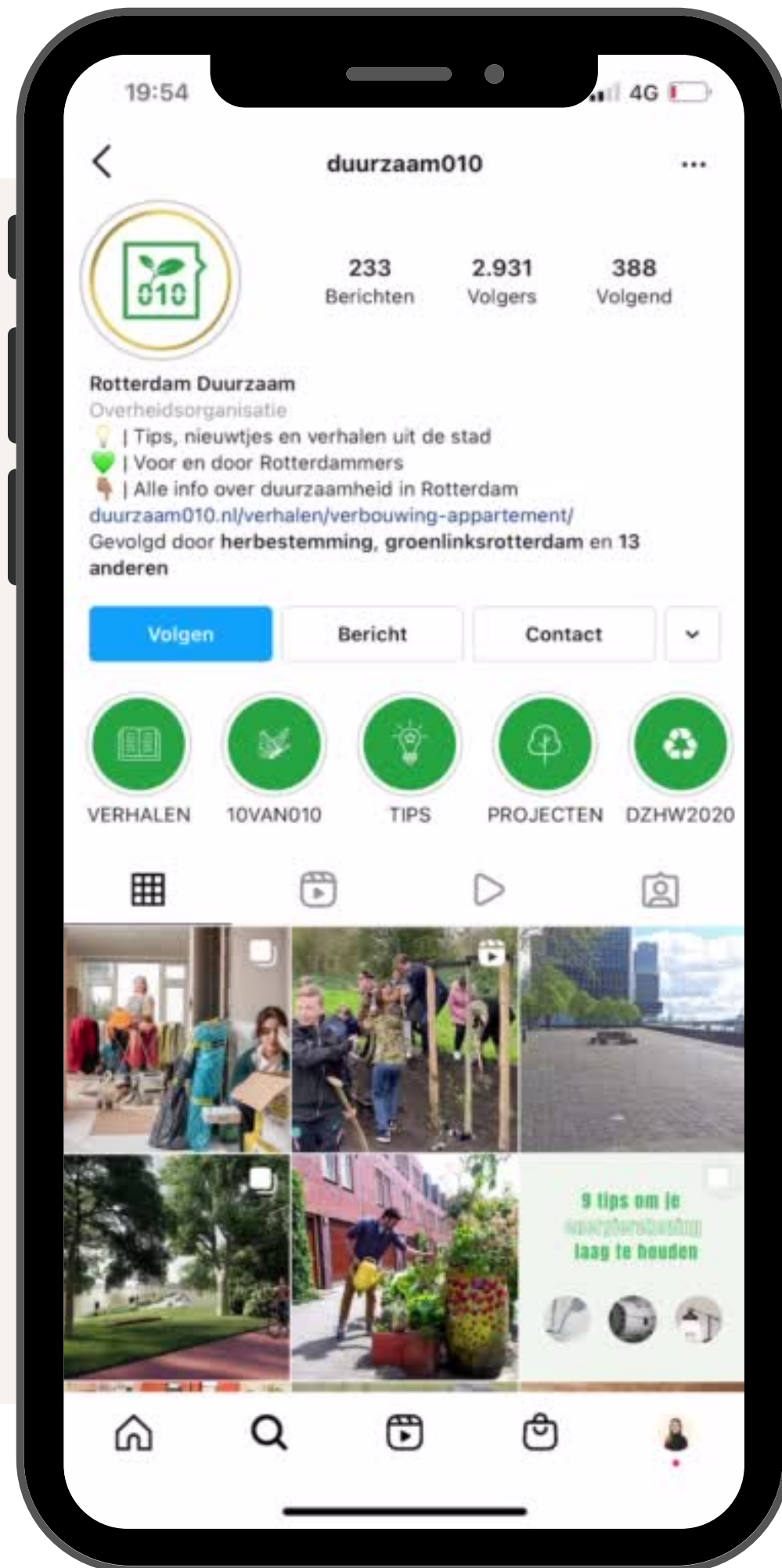
Start met het opzoeken van de mensen en organisaties waarvan je weet dat zij zich in jouw gemeente bezighouden met de thema's die belangrijk voor jou zijn.

VOORBEELD

Hier zie je bijvoorbeeld de lijst van mensen die Duurzaam010 volgen.

1000geveltuinen staat ertussen, Guerilla Gardeners NL en als je verder scrollt vind je vast nog meer toffe accounts die praten over duurzaamheid.





Gerelateerde accounts

Naast het kijken naar hun volgers, kan je ook **kijken naar gerelateerde accounts**. Hier vind je doorgaans accounts die zich in dezelfde niche bevinden. Dit doe je door op het pijltje naast de knop 'contact' te klikken.

BEKIJK HUN VOLGERS

Ga eens kijken naar de mensen die hen volgen. Zitten daar ook interessante accounts tussen die voor jou relevant zijn en die je nog niet kende? Ga deze volgen.

01

03

02

WIE KEN JE ALLEMAAL?

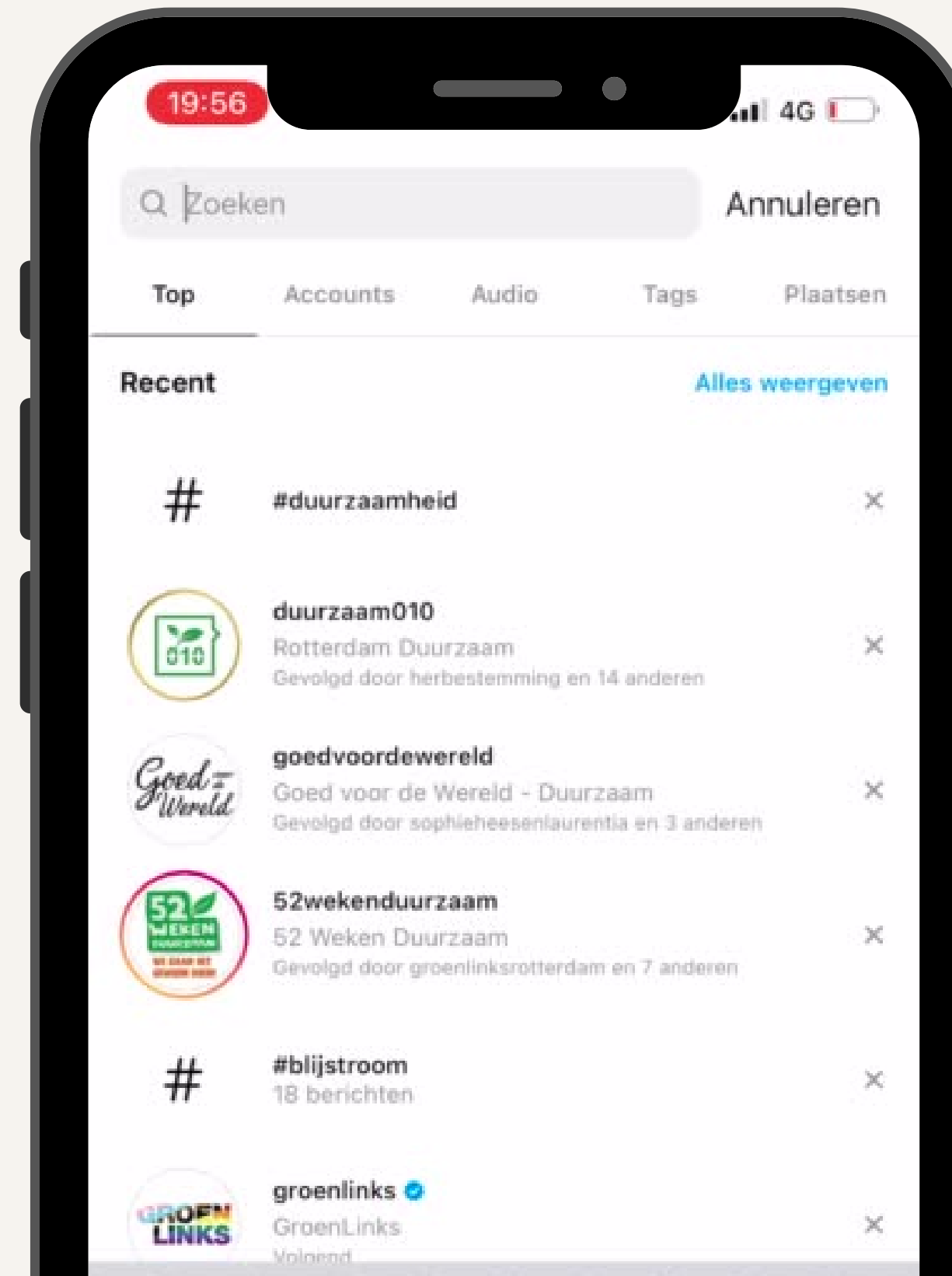
Start met het opzoeken van de mensen en organisaties waarvan je weet dat zij zich in jouw gemeente bezighouden met de thema's die belangrijk voor jou zijn.

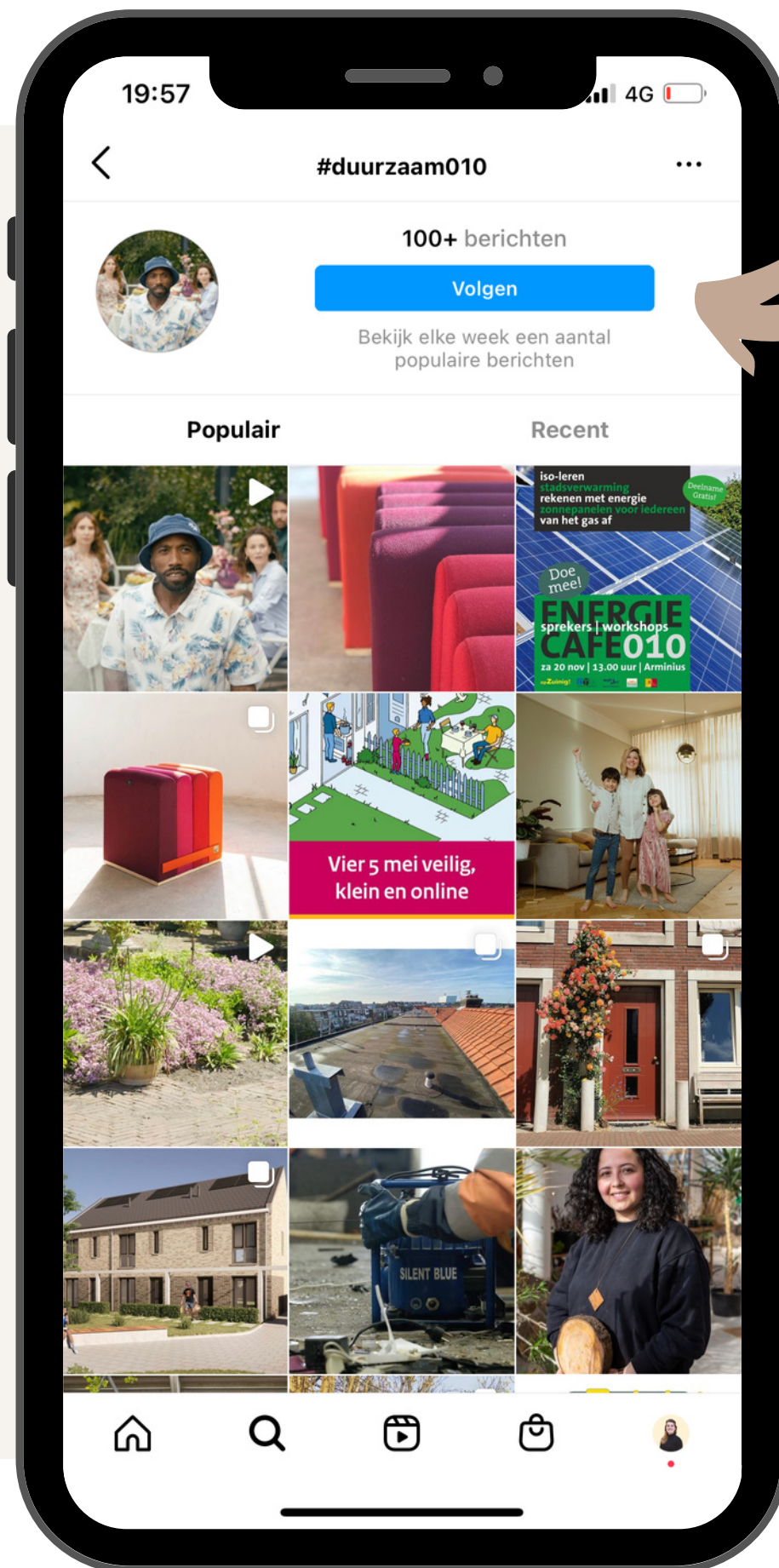
ZOEK OP HASHTAGS

Zoek hier eens op en kijk welke posts en daarmee accounts naar boven komen drijven.

VOORBEELD

Of zoek bijvoorbeeld eens op de hashtag #duurzaam+naam van je gemeente. Een andere manier om te zoeken op relevante hashtags is door te kijken naar welke hashtags andere belangrijke accounts in jouw online netwerk gebruiken.





Hasthags volgen

Extra tip: ga deze hashtag volgen. Dat doe je door – wanneer je de hasthag hebt opgezocht – op ‘volgen’ te klikken.



Is het account actief?

Gebeuren er dingen? Worden er regelmatig posts geplaatst of stories? Als de laatste activiteit van een jaar geleden is, kan je je afvragen of het zin heeft om er tijd in te steken.

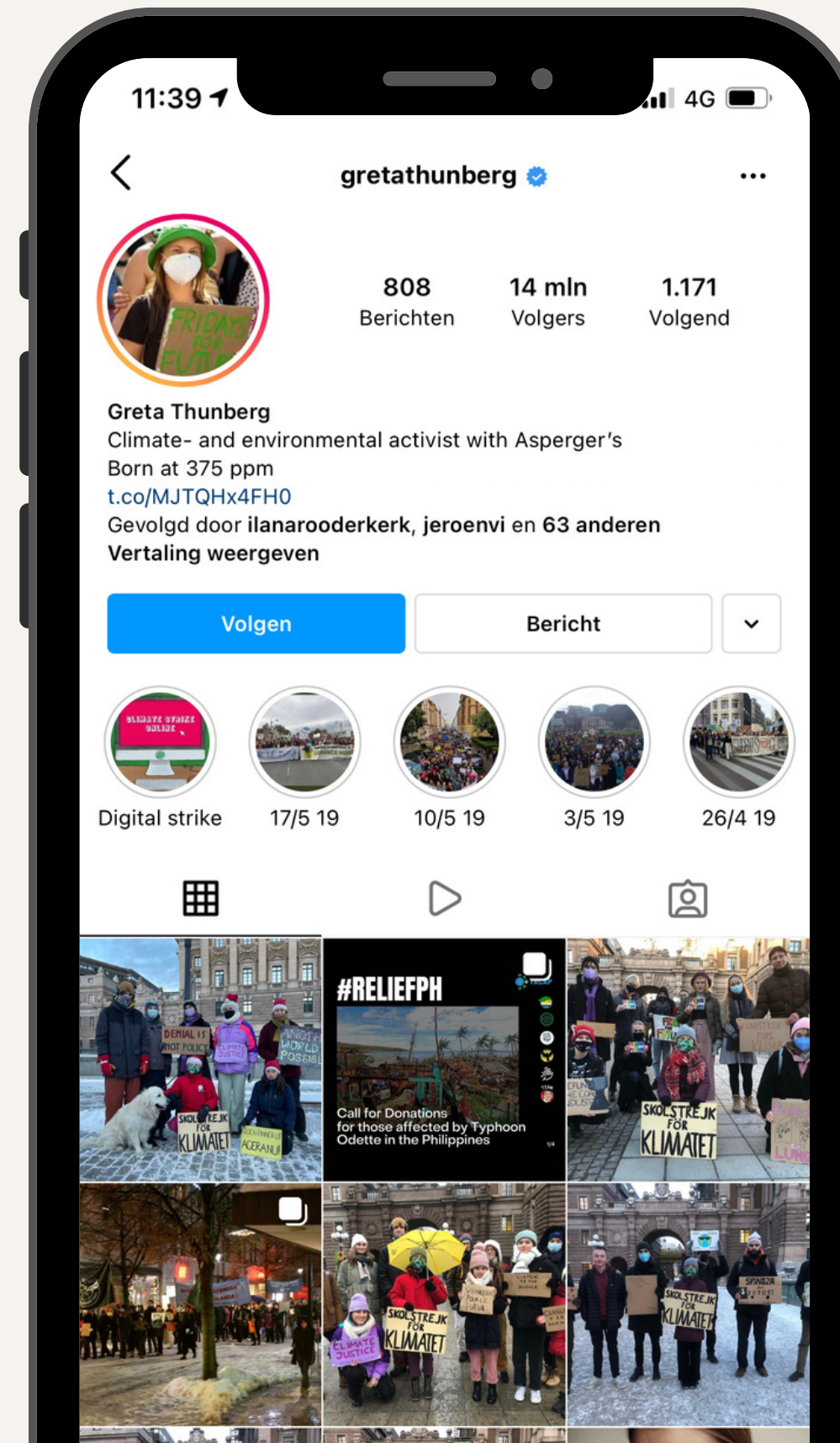


Is het account relevant?

Is het account écht relevant voor je? Een account is relevant voor jou wanneer het ook echt gekoppeld is aan de omgeving waar jij volksvertegenwoordiger of bestuurder bent.

VOORBEELD

Een mooi voorbeeld hiervan is het account van **Greta Thunberg (@gretathunberg)**. Greta is een wereldberoemde klimaatactiviste. Ze heeft 14 miljoen volgers van over de hele wereld. Een heel leuk account om te volgen. Maar omdat het zo groot is en waarschijnlijk niet gekoppeld is aan de omgeving waar jij vertegenwoordiger of bestuurder bent, is het minder relevant voor jou om de interactie mee aan te gaan.





Dit is geen follow-for-follow techniek

Het gaan volgen van relevante accounts moet je doen vanuit oprechte interesse voor jouw doelgroep en de onderwerpen die in jouw gemeente, provincie of land spelen.

Je doet dit met als doel om meer te leren over je doelgroep, jezelf bekend te maken bij het publiek dat zich bezighoudt met je portefeuille en om jezelf zichtbaar te maken in relevante netwerken.