

Drie trends op social media (en hoe daarmee om te gaan)

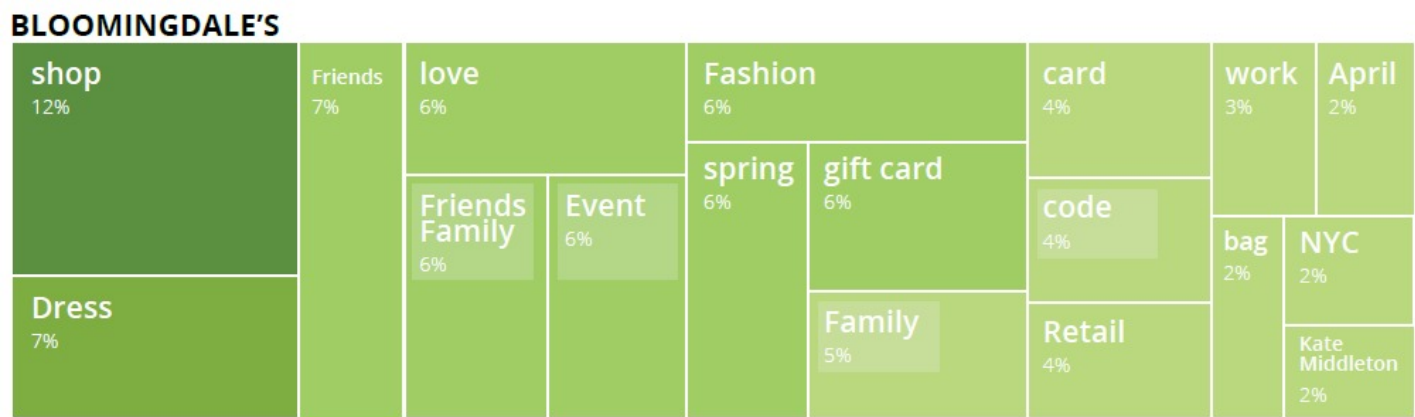
30-06-2015 09:24

De retailbranche is populair op social media. Van online shoppen tot aan het inchecken bij het lokale winkelcentrum: er worden dagelijks miljoenen gesprekken over retailers gevoerd. Dat bleek ook al uit onze analyses van de [Jingle Buzz](#); afgelopen december.

UberVU houdt op zijn eigen manier de gesprekken op social media bij. Het platform maakt daarvoor gebruik van [conversation maps](#); van zijn Hootsuite, die retailers onder meer een inzicht geven in de meest gebruikte termen. Termen waaruit het platform op zijn beurt drie grote social media-trends voor de retailsector heeft gehaald, inclusief een handleiding hoe daarmee om te gaan.

1. Korting

Elke consument houdt van korting. En de social buzz rond retailmerken bewijst dat mensen goede koopjes graag willen delen. Special aanbiedingen, kortingen en uitverkoop winnen snel terrein op social media, zo blijkt uit de conversation map van Bloomingdale's; s. Daarnaast zijn gratis producten, bijvoorbeeld bij winacties, enorme drijvers van sociaal verkeer.



Dus?

Overweeg om terugkerende aanbiedingen en kortingsacties te integreren in de social media-strategie. Dat betekent niet dat je elke dag uitverkoop moet houden om aandacht te trekken. Retailers kunnen er juist voor kiezen om loyale fans te belonen of nieuwe consumenten aan te trekken met speciale of gelimiteerde aanbiedingen, zoals via flash sales die slechts een paar keer per jaar gehouden worden.

Waar kortingen en andere acties op korte termijn voor de nodige aandacht kunnen zorgen, wil je als retailer een blijvende indruk achterlaten op de consument. Monitor daarom de gesprekken via bijvoorbeeld een conversation map om te controleren of het merk of de winkel [gezond](#); is of te veel op acties stuurt.

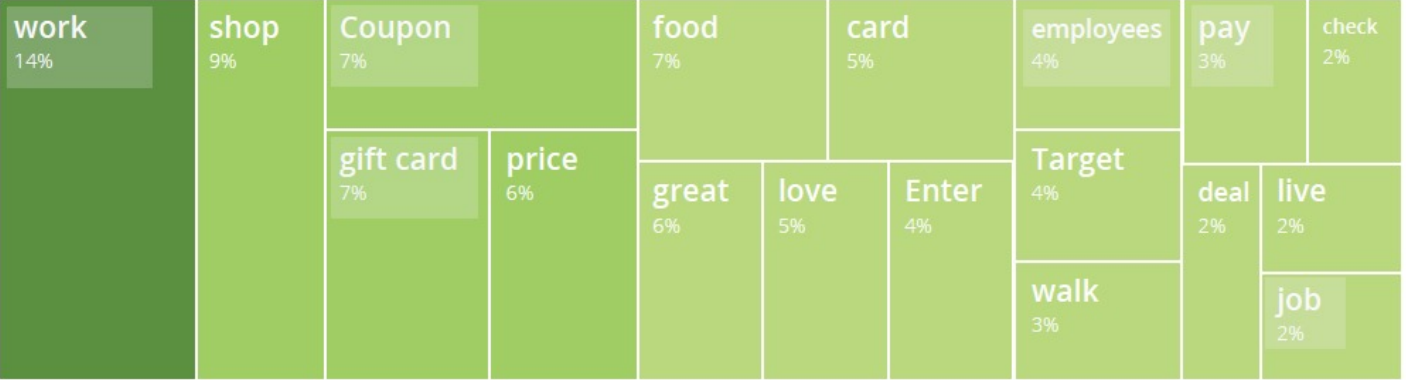
Veel winacties worden gehouden door andere partijen, zoals blogs. Spring daarop in door bijvoorbeeld samen met zulke partners te werken aan nieuwe, unieke manieren om het merk voor de lange termijn te laten profiteren.

2. Werkgelegenheid

Walmart staat nu niet bekend als de keten die zijn werknemers goed behandelt. Onlangs werden nog enkele veranderingen in het beleid doorgevoerd om het leven op de werkvloer aangenaamer te maken. Zo wordt de

temperatuur opgeschroefd en hoeven werknemers niet langer altijd een kaki broek aan, maar wordt een jeans ook geaccepteerd. Niet onverstandig, want er wordt veel gesproken over werken bij Walmart op social media.

WALMART

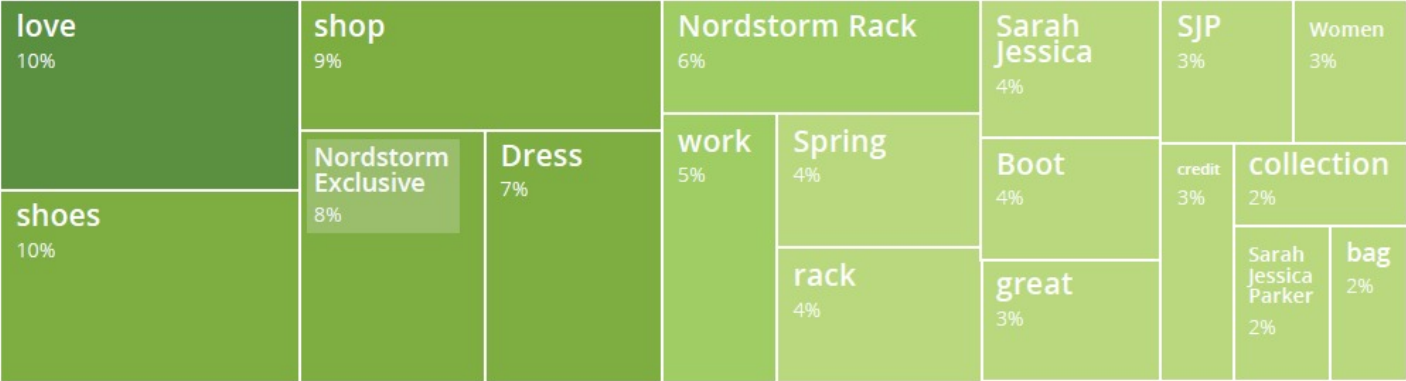


Dus?
 De HR-afdeling kan zijn ogen niet sluiten voor social media. Die moet niet alleen reageren op binnenkomende vragen, maar ook zelf bijdragen aan het gesprek door over werkgelegenheid en de bedrijfscultuur te posten. De PR-afdeling moet eveneens op de hoogte blijven van de sociale reacties over het bedrijf, om een storm negatieve reacties te helpen doorstaan of een positief verhaal juist te versterken.

3. Samenwerkingen en sponsorschappen

Of retailers nu hun naam geven aan een tv-programma, een wedstrijd sponsoren of een hele [wielrenploeg](#), sponsorschappen bezorgen retailers de nodige aandacht op social media. Zo gaat bijna een vijfde van al het verkeer over Lowe’s over American Dream Builders, een klusprogramma dat de doe-het-zelfketen sponsort. Bovendien blijkt uit een analyse van Nordstrom waarom retailers in zee gaan met beroemdheden voor het lanceren van nieuwe producten. De warenhuisketen creëert de nodige buzz door Nordstrom Exclusives te bieden zoals de door actrice Sarah Jessica Parker ontworpen SJP-collectie.

NORDSTROM



Dus?
 In plaats van simpelweg zijn naam aan een televisieprogramma te verbinden was Lowe’s volledig geïntegreerd in American Dream Builders. Er was zelfs extra online content onder de naam ‘Never Stop Improving’, waarbij kijkers meer werd verteld over de ontwerpen die in het programma werden gebruikt. Onderzoek dan ook mogelijke samenwerkingsverbanden met

radioprogramma's of blogs die relevante onderwerpen behandelen. En biedt daarbij expertise aan in ruil voor "exposure".