

PRAKTISCHE GIDS

SOCIALE MEDIA



CENTRUM VOOR INFORMATICA VOOR HET BRUSSELSE GEWEST

CIBG



Uw organisatie is nog geen lid van sociale netwerken of u bent zelf ook niet aangesloten?

Dan helpen we u graag bij uw eerste stappen op de drie belangrijkste netwerken en zetten we u op weg om uw e-reputatie te bewaken. Deze praktische gids is niet bedoeld als handleiding bij deze media en sociale tools, maar geeft u wel een overzicht van hun voornaamste functies.

1. UW EERSTE STAPPEN OP FACEBOOK	4
1.1. Uw persoonlijke account	4
1.2. De pagina van uw organisatie	8
2. UW EERSTE STAPPEN OP TWITTER	11
2.1. Uw persoonlijke account	11
2.2. De account van uw organisatie	14
3. UW EERSTE STAPPEN OP LINKEDIN	15
3.1. Uw persoonlijke account	15
3.2. De account van uw organisatie	20
4. UW EERSTE TOOLS VOOR HET BEWAKEN VAN UW E-REPUTATIE	22
4.1. Google alerts	22
4.2. Bewakingstools	22

1. UW EERSTE STAPPEN OP FACEBOOK

«Facebook is een sociaal netwerk dat vrienden, collega's, studiegenoten en kennissen met elkaar in contact brengt», lezen we op de homepagina. Met Facebook bouwt u een netwerk van connecties op, uw «Vrienden», met wie u gegevens over uzelf of over uw organisatie deelt en met wie u uiteenlopende content uitwisselt: nieuws, foto's, video's...



1.1 Uw persoonlijke account

De Tijdlijn is uw persoonlijke pagina op Facebook die een overzicht toont van alle content die u op Facebook plaatst. Die content is volledig of gedeeltelijk zichtbaar, afhankelijk van de vertrouwelijkheidsinstellingen die u kiest: u laat de inhoud alleen zien aan uw «Vrienden», dus uw connecties op Facebook, of integendeel aan alle leden van Facebook.

Die Tijdlijn gaat chronologisch terug tot uw geboortedatum en toont alle content die u publiceerde en de belangrijke gebeurtenissen in uw leven die u in de kijker zet, bijvoorbeeld aan de hand van een foto.

De belangrijkste elementen van uw Tijdlijn:

- een omslag die als een horizontale banner wordt weergegeven;
- uw profielfoto in de vorm van een vignet;
- de belangrijkste gegevens van uw profiel;
- de lijst van al uw vrienden;
- uw activiteit;
- uw toepassingen, bijvoorbeeld pagina's over films, liedjes, auteurs, organisaties, bedrijven, merken... waarvan u fan bent op Facebook (en die u heeft geselecteerd met de knop «Vind ik leuk»), maar ook de muziek die u beluistert op andere platformen zoals Spotify...



Op www.facebook.com/about/timeline vindt u een samenvattende beschrijving van de Tijdlijn en van alle Facebookservices waarvan u gebruik kunt maken.

Uw registratie

Het inschrijvingsformulier vindt u op de homepagina van het netwerk: www.facebook.com.

U hoeft alleen de velden op het formulier in te vullen:

- uw voornaam;
- uw familienaam;
- uw e-mailadres;
- uw wachtwoord;
- uw geslacht;
- uw geboortedatum.

Klik daarna de knop «Registreren» aan om te beginnen met de eigenlijke toegangsprocedure die in drie stappen verloopt:

1. Vrienden zoeken: met Facebook kunt u vrienden en kennissen die al lid zijn opzoeken aan de hand van hun e-mailadres op Windows Live Messenger, Windows Live Hotmail of elke andere elektronische berichtendienst, bijvoorbeeld Google Mail. *U kunt deze stap overslaan en later bewerken. Op uw persoonlijk scherm, uw Tijdlijn, toont Facebook bovendien geregeld personen die u misschien kent.*
2. Vul uw profiel aan: ook bij deze stap kunt u vrienden terugvinden die al op Facebook actief zijn wanneer u de naam van uw «middelbare school» invult en die van uw «hogeschool/universiteit») of ook de naam van uw werkgever. Facebook stelt een aantal pagina's voor om u bij uw keuzes te helpen naarmate u deze velden invult. *Ook deze stap kunt u overslaan en later bewerken.*
3. Voeg een foto toe aan uw profiel: Facebook stelt u voor om een foto van uw computer te uploaden of om een foto te nemen met uw webcam. *Ook deze stap kunt u overslaan en later bewerken.*



The image shows a screenshot of the Facebook registration page. At the top, there are fields for 'E-mailadres' and 'Wachtwoord', with an 'Automatisch' button. Below these are checkboxes for 'Laat mij geregeld horen' and 'Je wachtwoord vergeten?'. The main heading is 'Registreren' with the subtext 'Het is gratis (en dat blijft het ook)'. The form contains several input fields: 'Voornaam:', 'Achternaam:', 'Je e-mailadres', 'Voer e-mailadres nogmaals in:', 'Nieuw wachtwoord:', 'Ik ben een:' with a 'Selecteer je geslacht:' dropdown, and 'Verjaardag:' with 'Dag', 'Maand', and 'Jaar' dropdowns. A green 'Registreren' button is at the bottom. A small inset image on the left shows a person's profile picture.

Na deze drie stappen:

- krijgt u toegang tot uw tijdelijk prikbord waar u de voorgaande stappen vindt en waar u uw profiel verder kunt aanvullen;
- u ontvangt een e-mail «Nog een laatste stap om op Facebook te starten»: in die mail staat een link om uw registratie te voltooien, net als een digitale bevestigingscode. Volg de link om toegang te krijgen tot uw prikbord.

De mobiele versie van Facebook gebruiken

Facebook is ook toegankelijk via de meeste smartphones.

Om de mobiele versie van Facebook te gebruiken, hebt u de keuze:

- ofwel de makkelijkste oplossing: u downloadt de toepassing in de onlinewinkel van uw smartphone (AppStore voor iPhone, Google Play voor Android, BlackBerry App World, of Marketplace voor Windows Phone); daartoe geeft u «Facebook» in in het zoekveld van de winkel;
- ofwel gaat u naar de webpagina <http://m.facebook.com> (of <http://nl-nl.facebook.com/mobile>) om de toepassing te gebruiken via de browser van uw smartphone.

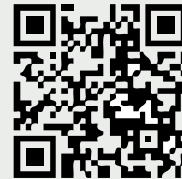


In beide gevallen krijgt u een identificatiescherm: vul gewoon de gegevens van uw bestaande Facebookaccount in om de toepassing te gebruiken.

- U beschikt nog niet over een Facebookaccount? U kunt uw eigen profiel aanmaken op uw smartphone met de link «Registreer je hier» op de homepage van de toepassing Facebook mobile of op <http://m.facebook.com>. Volg daarna de instructies stap voor stap. De procedure lijkt op een Facebookregistratie op uw computer.

U gebruikt een tablet?

- Als u een iPad heeft, kunt u de AppStore bezoeken of surfen naar <http://nl-nl.facebook.com/mobile/ipad> om de toepassing voor Apple tablets te downloaden.
- Als u een Android tablet heeft, is de toepassing dezelfde als die voor de Android smartphone.



Wat u op Facebook kunt doen

- Uw profiel en uw foto bewerken of wijzigen.
- Vrienden toevoegen of verwijderen.
- Content posten op uw Tijdlijn:
 - tekst;
 - links naar externe content (webpagina, foto, video...);
 - foto's: u kunt ze in thema-albums rangschikken en, een mogelijkheid die ook voor uw vrienden beschikbaar is, personen op de foto taggen of commentaar toevoegen;
 - video's.
- Commentaar geven bij de content van uw vrienden of berichten op hun pagina posten.
- Lid worden van een «Pagina» wanneer u de knop of de link «Vind ik leuk» aanklikt: pagina's zijn profielen van mensen, bedrijven, organisaties, producten...
- Berichten sturen naar uw vrienden of naar groepen van vrienden.
- Een evenement aanmaken en de mensen van uw keuze uitnodigen, bijvoorbeeld voor uw verjaardagsfeest: een evenement heeft een eigen prikbord waarop u en uw gasten berichten kunnen posten.
- Games spelen die door Facebook gehost worden.

- Uw Facebookaccount koppelen aan andere sociale platformen, bijvoorbeeld een streaming muziekkanaal (Spotify...), reistips (TripAdvisor) enz.

Uw persoonlijke en privacyinstellingen beheren

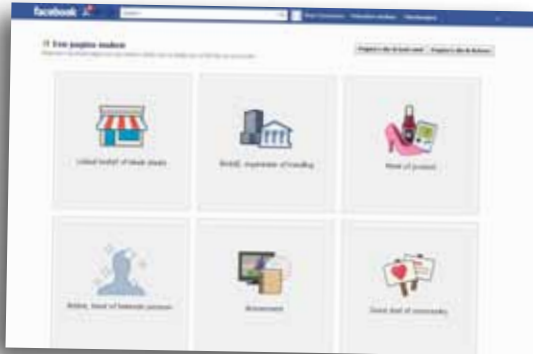
Op Facebook kunt u zowel uw persoonlijke informatie instellen, als de privacy van uw profiel en content.

- De algemene instellingen voor uw account, zoals uw naam, uw gebruikersnaam, uw e-mailadres dat aan uw Facebookaccount gelinkt is, uw wachtwoord of uw taal.
- De privacyinstellingen van uw account: hier kunt u nauwkeurig instellen wie toegang krijgt tot uw profiel en uw content. U kunt die toegang zelfs tot bepaalde personen beperken. U kunt:
 - bepalen hoe u contact kunt maken met de mensen die u kent;
 - bepalen wanneer vrienden u taggen, uw content taggen of iets op uw tijdlijn posten;
 - bepalen welke informatie gedeeld wordt met toepassingen, games en websites die u via Facebook gebruikt of waaraan u toestaat om de gegevens van uw account te gebruiken;
 - het publiek beperken voor berichten die u met vrienden van vrienden of met iedereen hebt gedeeld;
 - geblokkeerde personen en toepassingen beheren.

Uw account verwijderen?

Dat kan op twee manieren die toegankelijk zijn via de link «Help», rechts onderaan op elke Facebookpagina:

- u kunt uw account deactiveren, zodat uw persoonlijke gegevens en de content van uw account niet langer zichtbaar zijn, zonder ze te wissen (u kunt uw account op elk moment opnieuw activeren);
- u kunt uw account definitief verwijderen: al uw gegevens en uw tijdlijn worden definitief verwijderd binnen een termijn van 2 weken (ondertussen kunt u nog op uw beslissing terugkomen en opnieuw inloggen op uw account; daarna kunt u uw gegevens niet meer ophalen).



1.2 De pagina van uw organisatie

Een Facebookpagina¹ is de ruimte voorbehouden voor groepen, bedrijven, restaurants, merken, beroemdheden om met hun fans of klanten te kunnen communiceren op Facebook. Dit is ook de ruimte die u kunt gebruiken om de officiële aanwezigheid van uw instelling of organisatie op Facebook te beheren.

Opmerkingen:

- alleen de officiële vertegenwoordiger van een organisatie, bedrijf, artiest of muziekgroep mag een Pagina aanmaken;
- om een Pagina aan te maken, moet u zich identificeren aan de hand van uw persoonlijke Facebookaccount: hebt u er geen, dan zal Facebook u vragen om er een aan te maken. Start daarom eerst met uw persoonlijke account om het u makkelijker te maken.

¹ De pagina's evolueerden op dezelfde manier als het Prikbord dat ondertussen de Facebook Tijdlijn is geworden. Een volledige beschrijving van de nieuwe pagina voor bedrijven, organisaties enz. is beschikbaar op www.facebook.com/about/pages.

Uw registratie

Ga naar de pagina www.facebook.com/pages/create.php en klik op «Bedrijf, organisatie of instelling» om het eerste invulmenu te openen.

In deze stap moet u:

- een categorie kiezen om uw sector aan te duiden, bijvoorbeeld «Overheidsinstelling», «School», «Goed doel» enz.;
- het veld «Bedrijfsnaam» invullen.

Daarna klikt u op «Aan de slag» om de eigenlijke aanmaakprocedure te starten en een account voor uw organisatie te openen aan de hand van de volgende twee stappen (naast uw persoonlijke identificatie):

1. Kies een profiel foto (bijv. uw logo) die u uploadt vanaf uw computer of uw website (Facebook vraagt u dan om te kiezen uit alle afbeeldingen beschikbaar op de URL die u hebt opgegeven). *Selecteer de foto van uw keuze of sla deze stap over en kies later een foto.*
2. Geef een korte beschrijving van uw organisatie en vul een webpagina, Twitteraccount of andere link in. *Vul uw gegevens in of sla deze stap over om die later te bewerken.*

Met deze twee stappen hebt u uw Pagina aangemaakt. Ga vervolgens naar de beheerinstellingen van uw Pagina waar

Facebook u de mogelijkheid biedt om:

- uw Pagina aan te vullen met bijv. foto's, bijkomende informatie, een eerste status...;
- de account van uw Pagina te beheren, bijv. de lijst met geblokkeerde gebruikers;
- de statistieken van uw Pagina op te volgen;
- het publiek van uw Pagina uit te breiden: u kunt de contacten uit uw adresboek, uw persoonlijke vrienden uitnodigen en de Pagina delen, of reclame maken op Facebook;
- in de helpfunctie zoeken, terugkeren naar uw persoonlijk profiel...

Wat u met uw Facebookpagina kunt doen

Naast de functies van persoonlijke pagina's, kunt u op de pagina van uw organisatie onder meer:

- een poll posten met behulp van een heel eenvoudige onlinetool: geef uw vraag op, stel de antwoorden van uw keuze (of 'Opties' in Facebooktaal) voor, geef gebruikers de mogelijkheid om zelf een antwoord in te vullen, selecteer wie toegang krijgt tot uw vragenlijst en publiceer de poll;
- makkelijk terugvinden wat uw volgers over u zeggen;
- uw belangrijkste nieuws in de kijker zetten, los van de tijdlijn op uw Pagina;

- de «Sleutelmomenten» van uw Pagina invullen, zoals de datum van oprichting of de dag waarop u een bepaald aantal gebruikers heeft gehaald (uw eerste 1.000 fans, bijvoorbeeld);
- app's creëren voor uw Pagina;
- het verspreidingspotentieel van uw pagina's verhogen;
 - de inhoud van andere accounts automatisch op uw Pagina posten, bijvoorbeeld de berichten van uw blog of uw tweets;
 - wedstrijden voorstellen;
 - de visuele impact van uw foto verbeteren;
 - een evenement promoten...

Facebook helpt

In een Facebookgids² in PDF-indeling vindt u:

- welke elementen u voorbereidt om uw Pagina aan te maken volgens de Facebookregels: het formaat van uw profiel- en omslagfoto's;
- tips om uw aanwezigheid te optimaliseren, zoals meer visuele content publiceren.

Uw Pagina verwijderen?

Met de knop «Beheren» op het beheerscherm van uw Pagina kiest u «Pagina wijzigen».

In dat scherm geeft Facebook u een link «<naam van uw Pagina> definitief verwijderen». Klik die link aan en uw Pagina wordt definitief geschrapt.

Opgelet: in tegenstelling tot de persoonlijke profielen, kunt u momenteel niet meer op uw beslissing terugkomen.



2 U kunt de gids in het Engels downloaden op dit adres: http://ads.ak.facebook.com/ads/FacebookAds/Pages_Overview.pdf.

2. UW EERSTE STAPPEN OP TWITTER



Twitter is een microbloggingplatform waar u korte berichten, zogenaamde «tweets», kunt posten en de berichten van de personen, bedrijven en organisaties van uw keuze kunt lezen. Een tweet is een bericht met typische kenmerken, zoals de lengte (maximaal 140 karakters) en de herkenningstekens, bijv. de hashtag die het onderwerp of het thema van de tweet aangeeft.

Deze service is toegankelijk vanaf elk toestel met een internetverbinding, meer bepaald op uw mobiel toestel, dankzij de gratis Twitterapp's ontwikkeld voor de iPhone, de iPad en smartphones met Android, BlackBerry en Windows 7.

2.1 Uw persoonlijke account

Uw persoonlijke Twitterpagina geeft een overzicht van uw eigen tweets en die van de mensen die u volgt, net als een teller voor uw berichten (hoeveel tweets u al gepost heeft), uw abonnementen (het aantal accounts dat u volgt), uw volgers (de accounts die uw tweets volgen).

Op http://fly.twitter.com/index_nl.html vindt u een beknopte voorstelling van Twitter voor uw persoonlijk gebruik.

Uw registratie

Het inschrijvingsformulier vindt u op de homepagina van het netwerk www.twitter.com:

U hoeft alleen de velden op het formulier in te vullen:

- uw volledige naam;
- uw e-mailadres;
- uw wachtwoord.

Klik daarna de knop «Inschrijven» aan om toegang te krijgen tot de eigenlijke toegangsprocedure die in twee stappen verloopt:

1. Vul uw profiel aan (of verbeter het) en voeg een gebruikersnaam toe: onder die naam bent u gekend op Twitter. Kies daarom een zo kort mogelijke naam die vooral gemakkelijk in te tikken is op een smartphone. *Sluit deze stap af met een klik op «Mijn account aanmaken».*
2. Bevestig de aanmaak van uw account: klik de link aan die u ontvangt in een e-mail.

Daarna hebt u volledig toegang tot Twitter via uw



profiel waarvan het adres als volgt is samengesteld https://twitter.com/#!/uw_gebruikersnaam. In deze stap kunt u:

- zich abonneren op andere Twittergebruikers of hen «volgen» zoals dat op Twitter heet (zie hoger): dat is de eerste, algemeen aanbevolen activiteit die sterk aangemoedigd wordt door Twitter;
- post uw eerst tweet met een klik op het pictogram dat een pluim voorstelt, bovenaan rechts op de pagina;
- werk uw profiel verder bij:
 - kies een avatar, m.a.w. een profielfoto;
 - vul uw locatie in;
 - vermeld uw website, blog...;
 - vul uw bio aan (maximaal 160 karakters);
 - selecteer de optie waarmee u uw tweets op Facebook kunt plaatsen.

De mobiele versie van Twitter gebruiken

Twitter is ook toegankelijk via een smartphone: iPhone, Android, Blackberry of Windows Phone 7.

Om Twitter mobile te gebruiken, kunt u kiezen:

- ofwel de makkelijkste oplossing: u downloadt de toepassing in de onlinewinkel van uw smartphone (AppStore voor iPhone, Google Play voor Android, BlackBerry App World, of Marketplace voor Windows Phone); daartoe geeft u «Twitter» in in het zoekveld van de winkel;
- ofwel gaat u naar de webpagina <http://mobile.twitter.com> om de toepassing te gebruiken via de browser van uw smartphone.



In beide gevallen krijgt u een identificatievenster: vul gewoon de gegevens van uw bestaande Twitteraccount in om de toepassing te gebruiken.

U beschikt nog niet over een Twitteraccount? U kunt uw eigen profiel aanmaken op uw smartphone met de link «Registreren op Twitter» op de homepage van de toepassing Twitter mobile of op <http://mobile.twitter.com>. Volg daarna de instructies stap voor stap. De procedure lijkt op een Twitterregistratie op uw computer.

U gebruikt een tablet?

- Als u een iPad heeft, kunt u de AppStore bezoeken of surfen naar <http://twitter.com/download/ipad> om de toepassing voor Apple tablets te downloaden.
- Als u een Android tablet heeft, is de toepassing dezelfde als die voor de Android smartphone.

Wat u op Twitter kunt doen

- Andere gebruikers volgen:
 - ofwel klikt u de link «Wie te volgen» aan om de mensen of onderwerpen te kiezen uit de lijst die Twitter u voorstelt;
 - ofwel gebruikt u het zoekveld: geef een naam op (bijvoorbeeld «Brussels Hoofdstedelijk Gewest») of een activiteit («Fotografie») om uit een lijst met tweets en personen te kiezen.

U kunt uw abonnementen beheren en:

- lijsten van Twitteraccounts aanmaken per type (per land, taal, sector, interesses of type relatie: familie, vrienden, beroepscontacten enz.) en bekijken in welke lijsten u zelf bent opgenomen;
- favorieten aanmaken voor de accounts die u het liefste volgt.

- Tweets opstellen en posten, lezen, beantwoorden of tweets van andere mensen doorsturen («retweeten»). Behalve dat ze tot 140 karakters beperkt moeten blijven, kunt u uw tweets:
 - aanvullen met links naar websites, maar ook foto's of video's: u kunt ze rechtstreeks weergeven in het corpus van de tweet;
 - aan andere Twitteraars koppelen wanneer u hun gebruikersnaam vermeldt als link (voorafgegaan door een @);
 - aan bepaalde thema's of onderwerpen linken als u hun hashtag vermeldt (voorafgegaan door een #);
 - verwijderen (iets wat u alleen zelf kunt);
 - laten retweeten door andere mensen (tenzij u dat anders instelt).
- De achtergrond van uw pagina personaliseren, zo kunt u bijv. de kleur van uw keuze instellen of een foto of andere grafische elementen posten.

Uw veiligheidsinstellingen

In Twitter kunt u bepaalde privacyinstellingen voor uw account beheren. U kunt:

- uw tweets afschermen, voornamelijk om ze alleen toegankelijk te maken voor uw volgers, ook via de zoekmachine van Twitter;

- uw profiel afschermen en bepalen wie uw content kan bekijken.

Uw account verwijderen?

In Twitter verwijdt u uw persoonlijke gegevens en berichten via de pagina «Account» van uw profiel, waar u de link «Mijn account deactiveren» ziet staan. In dat geval houdt Twitter uw persoonlijke gegevens nog 30 dagen bij om ze daarna pas definitief te verwijderen. In die tussentijd kunt u uw account nog altijd reactiveren; u hoeft zich daarvoor alleen opnieuw aan te melden.

2.2 De account van uw organisatie

In België biedt Twitter momenteel geen specifieke accounts aan voor bedrijven, organisaties, verenigingen...

Toch zijn sommige functies of bepalingen alleen van toepassing voor «corporate» gebruikers, zoals:

- de organisatie van wedstrijden³ om gebruikers te belonen die over een bepaald onderwerp praten, een bepaalde gebruiker volgen of een bepaalde hashtag gebruiken;
- het evenwicht tussen volgers en gevolgd: de site preciseerd dat: «*Twitter niet bedoeld is als een wedren om*

3 Meer details vindt u op de helppagina's van Twitter (<https://support.twitter.com>), op dit adres: <https://support.twitter.com/articles/68877-guidelines-for-contests-on-twitter> (in het Engels).



volgers. Als u de mensen volgt die u interesseren, zullen die gebruikers u wellicht op hun beurt volgen om uw updates te lezen»⁴;

- het gebruik van gesponsorde accounts.

In december 2011 experimenteerde Twitter voor het eerst met merkpagina's, naar het voorbeeld van Facebook en zijn accounts voor bedrijven.

Wanneer die nieuwe accounts in België beschikbaar zullen zijn, is nog niet bekend. Met die accounts zou het mogelijk zijn om:

- een specifieke banner op de pagina van het bedrijf te plaatsen;
- gesponsorde tweets automatisch weer te geven.

4 Meer details vindt u op de helppagina's van Twitter (<https://support.twitter.com>), op dit adres: <https://support.twitter.com/articles/68916-following-rules-and-best-practices> (in het Engels).

3. UW EERSTE STAPPEN OP LINKEDIN



LinkedIn is het sociale netwerk dat meer dan 150 miljoen professionals uit de hele wereld gebruiken om «ideeën en informatie uit te wisselen en hun carrière vooruit te helpen». Zoals we op de startpagina lezen, kunnen de leden hun contacten beheren op dit platform en op de hoogte blijven van hun bedrijfstak, de mensen en competentie vinden die ze zoeken en zelf hun professionele identiteit online beheren.

3.1 Uw persoonlijke account

LinkedIn is veel meer dan een professioneel visitekaartje. Dit netwerk is een klankbord waarop u zichzelf en uw beroepservaring in de kijker kunt zetten en kunt verwijzen naar de content die u op andere platformen hebt gepost (op Twitter of uw blog, bijvoorbeeld).

Uw registratie

Het inschrijvingsformulier vindt u op de homepagina van het netwerk: www.linkedin.com

U hoeft alleen de velden op het formulier in te vullen:

- uw naam;
- uw voornaam;
- uw e-mailadres;
- een wachtwoord.

Daarna klikt u de knop «Word lid van LinkedIn» aan. De eigenlijke inschrijvingsprocedure verloopt in verschillende stappen, waarbij u verschillende e-mails ontvangt waarin u gevraagd wordt om uw inschrijving of persoonlijke gegevens te bevestigen:

1. Maak uw beroepsprofiel aan: LinkedIn vraagt u naar uw verblijfplaats, uw beroepssituatie (werknemer, werkzoekende of student), of als u zelfstandige bent, de omschrijving van uw functie en het bedrijf waar u werkt. *Deze stap is verplicht*
2. Ontdekken wie u al kent op LinkedIn met behulp van uw e-mailadres. *U kunt deze stap overslaan en later bewerken.*
3. Uw inschrijving op LinkedIn aankondigen: het platform maakt een automatisch bericht aan («Ik heb me net ingeschreven op LinkedIn en mijn profiel aangemaakt.



Sluit je aan bij mijn netwerk») en stelt u voor om dat bericht op uw Facebook- of Twitteraccount te plaatsen. *Ook deze stap kunt u overslaan.*

4. Kies uw abonnement: LinkedIn werkt volgens een freemiumconcept en biedt u de keuze tussen een gratis abonnement («Basic») of een betalende account vanaf 14,95 euro per maand⁵.
5. Uw profiel, of uw curriculum vitae, verder aanvullen, bijv. met uw beroepservaring, uw opleiding, uw competenties en expertise, de talen die u spreekt of nog andere informatie. *Deze stap kunt u overslaan en later aanvullen, maar u kunt de resources van LinkedIn beter benutten als uw profiel zo volledig mogelijk ingevuld is.*

In een Basic account zijn de volgende functies beschikbaar:

- uw profiel aanmaken en uw netwerk opbouwen;
- aansluiten bij groepen van professionals of groepen van oud-leerlingen;
- werkaanbiedingen zoeken en solliciteren;
- checken wie uw LinkedIn-profiel bekeken heeft (beperkte functie);
- de profielen van meer dan 150 miljoen professionals bekijken (beperkte functie).

Met een betalende account zijn ook de volgende functies beschikbaar:

- berichten versturen naar mensen die geen rechtstreekse connectie zijn;
- sterkere zoekfilters en automatische zoekmeldingen gebruiken;
- profielen opslaan in uw mappen;
- notities en gegevens toevoegen aan een profiel;
- uw netwerk uitbreiden met LinkedIn-leden zonder beperkingen.

Ook deze stap kunt u overslaan: u krijgt standaard een Basic account toegewezen.

⁵ Bron: LinkedIn, gegevens per 02/04/2012.

Na deze stappen komt u op de startpagina van uw netwerk terecht. U kunt:

- toegang krijgen tot het menu om uw account, uw contacten en andere LinkedIn-functies te beheren;
- de berichten lezen die uw bedrijf gepost heeft, als u dat bij de inschrijving tenminste aangevinkt hebt. Op deze pagina vindt u ook automatisch berichten van personen actief in een verwante sector als de uwe of die van uw bedrijf.

De mobiele versie van LinkedIn gebruiken

LinkedIn is ook toegankelijk via een smartphone: iPhone, Android, Blackberry of Windows Phone 7.

Om LinkedIn mobile te gebruiken, kunt u kiezen:

- ofwel de makkelijkste oplossing: u downloadt de toepassing in de onlinewinkel van uw smartphone (AppStore voor iPhone, Google Play voor Android, BlackBerry App World, of Marketplace voor Windows Phone); daartoe geeft u «LinkedIn» in in het zoekveld van de winkel;
- ofwel gaat u naar de webpagina <http://touch.www.linkedin.com/mobile.html> om de toepassing via de browser van uw smartphone te gebruiken.



In beide gevallen krijgt u een identificatiescherm: vul gewoon de gegevens van uw bestaande LinkedIn-account in om de toepassing te gebruiken.

U beschikt nog niet over een LinkedInaccount? U kunt uw eigen profiel aanmaken op uw smartphone met de link «Sign up» op de homepage van de toepassing LinkedIn mobile of op <http://touch.www.linkedin.com>. Volg daarna de instructies stap voor stap. De procedure lijkt op een LinkedInregistratie op uw computer.

U gebruikt een tablet?

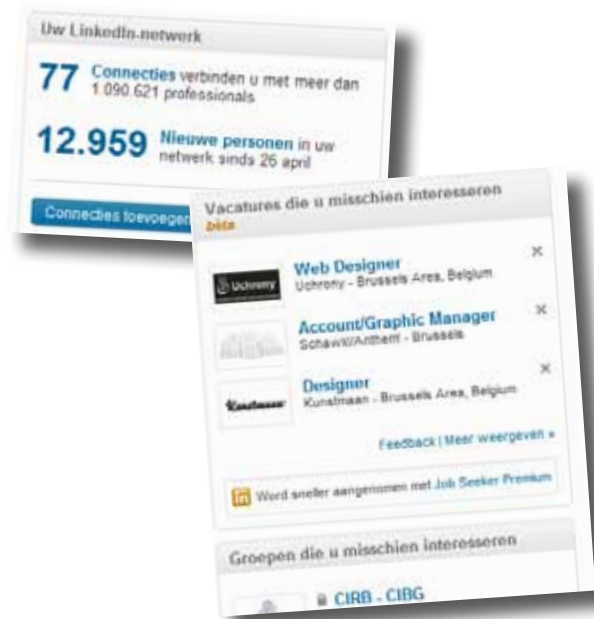
- Als u een iPad heeft, kunt u de AppStore bezoeken of surfen naar <http://touch.www.linkedin.com/mobile.html> om de toepassing voor Apple tablets te downloaden.
- Als u een Android tablet heeft, is de toepassing dezelfde als die voor de Android smartphone.

Uw persoonlijke pagina:

- heeft een specifiek adrestype <http://be.linkedin.com/pub/piet-janssen/4b/335/155> dat u, afhankelijk van de mogelijkheden, kunt aanpassen naar <http://be.linkedin.com/pub/pietjanssen>;
- stelt uw openbaar profiel voor aan andere LinkedIn-gebruikers.

Wat u op LinkedIn kunt doen

- Uw profiel en uw netwerk aanvullen en bijwerken:
 - meer details over uw opleiding en carrière invullen;
 - een foto toevoegen;
 - connecties toevoegen: dit zijn de mensen die uw netwerk op LinkedIn gaan vormen (u kunt mensen opzoeken aan de hand van hun naam of e-mailadres, bijvoorbeeld collega's of vrienden);
 - aanbevelingen krijgen of geven: met deze functie kunt u uw huidige of voorbije relatie met een ander LinkedIn-lid profileren en toelichten (de sterke punten van die persoon beschrijven, de context waarin u samenwerkt of samenwerkte...);
 - uw contacten beheren;
 - aan groepen deelnemen (of oprichten): groepen van oud-leerlingen, bedrijven, congressen, netwerken... het aanbod is groot en brengt u in contact met mensen met een vergelijkbaar traject of vergelijkbare interesses.
- Inhoud publiceren:
 - berichten op uw profiel plaatsen of commentaar posten op de profielen van connecties;
 - berichten schrijven binnen de groepen waarvan u deel uitmaakt;
 - uw posts overnemen, bijvoorbeeld die van uw Twitter-account of persoonlijke blog.
- Uw carrière beheren:
 - zoeken in vacatures aangeboden door leden of bedrijven en organisaties actief op LinkedIn;
 - vacatures beantwoorden;
 - vacatures opslaan...



Uw veiligheidsinstellingen

In LinkedIn kunt u bepaalde privacyinstellingen voor uw account beheren. Zo kunt u onder meer:

- de publicatie van uw activiteit deactiveren;
- selecteren wie uw activiteiten kan volgen
- instellen wat anderen zien wanneer ze uw profiel bekijken;
- instellen wie uw connecties kan bekijken;
- de zichtbaarheid van uw profiel en foto wijzigen.



Uw account verwijderen?

In LinkedIn verwijdert u uw persoonlijke gegevens en berichten via de pagina «Instellingen» van uw profiel, waar u op de tab «Account» de knop «Uw account sluiten» kunt aanklikken.

Vóór LinkedIn uw account definitief verwijdert, krijgt u nog een overzicht van alle praktische gevolgen:

- wanneer uw account afgesloten is, hebt u geen toegang meer tot uw profiel, uw netwerk of uw berichten op LinkedIn;
- de inhoud van alle aanbevelingen die u voor andere leden schreef wordt ook verwijderd;
- alle e-mailadressen die aan de account gekoppeld zijn kunt u binnen de 24 uur na de verwijdering nog gebruiken om een nieuwe account te openen of toegang te krijgen tot een andere LinkedIn-account;
- de LinkedIn-account wordt onmiddellijk verwijderd, maar in zoekmachines blijft uw openbaar profiel nog een tijdje bij de zoekresultaten verschijnen.

3.2 De account van uw organisatie

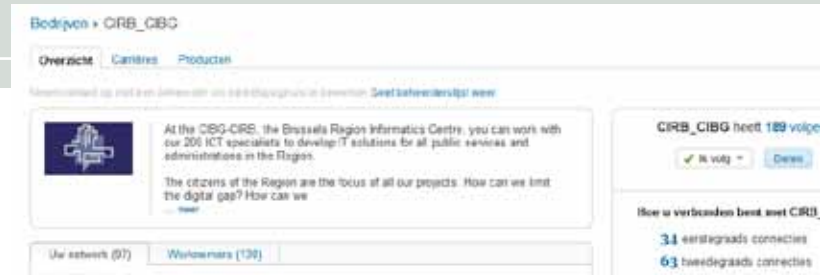
Meer dan twee miljoen bedrijven, verenigingen instellingen e.d. hebben een LinkedIn-pagina. Op die pagina's kunnen ze zich voorstellen aan de leden van het netwerk om hun activiteit en knowhow te benadrukken. Bedoeling is om hun merkimago te promoten en vooral om zich als een referente werkgever te positioneren.

Op http://marketing.linkedin.com/sites/default/files/attachment/LinkedinCompanyPageGuide_Mar2011_1.pdf vindt u een beknopte beschrijving (in het Engels) van de mogelijkheden voor bedrijven op LinkedIn.

Uw registratie

Om een bedrijfspagina toe te voegen, vult u uw naam in, net als uw e-mailadres binnen het bedrijf. Alleen wie effectief bij een bedrijf tewerkgesteld is, mag van LinkedIn een bedrijfspagina aanmaken. Wat niet belet dat collega's of ex-medewerkers van een bedrijf een groep kunnen oprichten, wat verwarring kan zaaien.

Net zoals voor de persoonlijke profielen stelt LinkedIn verschillende abonnementsformules met steeds uitgebreidere functies voor.



Om te registreren gaat u via uw eigen startpagina naar de rubriek «Bedrijven» in het menu en selecteert de link «Bedrijven toevoegen». Er verschijnt een formulier en daarop vermeldt u:

- de naam van het bedrijf;
- uw e-mailadres binnen het bedrijf.

De procedure gaat dan verder in een scherm waarop u:

- het profiel van het bedrijf kunt aanvullen, met onder meer het juridische statuut (bijv. overheidsadministratie), de sector, de grootte (het aantal medewerkers), de URL van de website...;
- paginabeheerders aanduiden (standaard is dat iedereen met een e-mailadres op de domeinnaam van het bedrijf);
- een beschrijving, een logo en andere belangrijke informatie toevoegen.

Wat u op LinkedIn kunt doen

Naast dezelfde functies van een persoonlijke account (zoals content publiceren, uw netwerk beheren, aan groepen deelnemen) biedt een bedrijfsaccount nog specifieke functies:

- Rekruteringsplatform: dat is een van de voornaamste redenen waarom leden LinkedIn gebruiken, zowel individuen als bedrijven:

Alle informatie (in het Engels) over de rekrutingsoplossingen van LinkedIn worden voorgesteld op: <http://talent.linkedin.com>

Op LinkedIn kunt u:

- kandidaten rekruteren:
 - kandidaten zoeken;
 - kandidaten vinden via uw werknemers;
- uw aanbiedingen op LinkedIn publiceren en ook kandidaten buiten LinkedIn aanspreken;
- uw merk in de kijker zetten:
 - door promotie te maken voor uw aanbiedingen, uw werknemers en uw bedrijfscultuur;
 - door advertenties op de profielen van uw werknemers te plaatsen.

- Uw producten of diensten promoten:
 - de tools van LinkedIn gebruiken om uw producten en diensten te promoten;
 - aanbevelingen van uw huidige klanten verzamelen;
 - profiteren van mond-tot-mondreclame: positieve commentaren van LinkedIn-leden over uw activiteit of diensten versterken uw reputatie.
- De statistieken over het bezoek op uw pagina raadplegen.

Uw account verwijderen?

In LinkedIn kunt u de account van uw bedrijf en de daaraan verbonden gegevens en content verwijderen. De procedure is omslachtiger dan voor een persoonlijke account zodra uw organisatie een aantal leden telt en het account door meerdere beheerders geregeld wordt.

Praktisch gezien kunt u een bedrijfsaccount verwijderen via het vervolgkeuzemenu «Bedrijven» bovenaan op uw startpagina. Vervolgens kiest u «Beheersinstellingen» en daarna de link «Account sluiten».

4. UW EERSTE TOOLS VOOR HET BEWAKEN VAN UW E-REPUTATIE

Uw profiel aanmaken op de voornaamste sociale netwerken is slechts een eerste stap. Monitoring tools zijn onontbeerlijk om uw e-reputatie te bewaken en na te gaan waar en hoe er met u (en over u) gesproken wordt. Hieronder maakt u kennis met enkele monitoring tools. Hou er echter rekening mee dat een grondige bewaking van uw e-reputatie een veel grotere investering vereist, eventueel in samenwerking met een interne community manager of een gespecialiseerd bedrijf.

Uw accounts regelmatig gebruiken en promoten vormt de basis voor het bewaken van uw e-reputatie. Op die manier opent u een geprivilegieerd kanaal waar mensen die u willen volgen met u in contact kunnen treden. Wilt u nog een stap verder gaan en weten wie er over u spreekt en waar? Met de volgende tools zet u uw eerste stappen in de opvolging van uw e-reputatie:

4.1. Google alerts

Deze gratis service van Google is een oplossing die algemeen bekendstaat om de eenvoudige en doeltreffende manier waarop u ermee kunt volgen wat er over u gezegd wordt. Google Alert scant de inhoud van het web: websites, blogs, YouTube... en waarschuwt u als er inhoud gepubliceerd wordt die overeenkomt met de door u opgegeven sleutelwoorden. Met deze tool kunt u de content van sociale netwerken als Facebook, Twitter of LinkedIn echter niet scannen.

De service is toegankelijk via <http://www.google.be/alerts?hl=nl>. Op de homepage voert u de volgende gegevens in:

- een zoekopdracht, bijvoorbeeld: «Brussels hoofdstedelijk gewest»;
- het type berichten dat u zoekt, bijvoorbeeld: nieuwsberichten;
- de frequentie van de meldingen: wekelijks, dagelijks of onmiddellijk;
- het aantal resultaten;
- de leveringswijze van de meldingen, bijvoorbeeld via e-mail.

4.2. Bewakingstools

Hieronder vindt u een beperkte selectie tools waarvan het aantal sterker toeneemt dan de sociale media die ze onder de loep nemen.

Icerocket

Met deze gratis zoekmachine kunt u blogs, Twitter en Facebook in real time afzoeken en ook afbeeldingen vinden die voldoen aan uw zoekopdrachten. De functie «Big Buzz» scant simultaan de verschillende bronnen. De tool werkt in real time, maar biedt ook diverse geavanceerde zoekfuncties en de mogelijkheid om een RSS-feed te creëren op basis van uw zoekacties.

www.icrocket.com

Socialmention

Via deze gratis tool kunt u op basis van sleutelwoorden zoekopdrachten uitvoeren op blogs, microblogplatformen (Twitter...) en social bookmarkingwebsites (Delicious...). De tool analyseert de toon (negatieve, positieve en neutrale woorden) van de inhoud van de zoekresultaten. Meldingen op basis van sleutelwoorden zijn mogelijk dankzij ingebouwde parameters. De analyse van de toon van content in het Frans en het Nederlands laat echter te wensen over.

www.socialmention.com

TweetDeck

Met deze gratis toepassing, die populair is bij intensieve gebruikers van sociale netwerken, waaronder reputatiemanagers, kunt u de eigen informatiestroom op sociale netwerken zoals Twitter en Facebook raadplegen en beheren via een gebruiksvriendelijke grafische interface. U kunt TweetDeck raadplegen via uw browser, maar u kunt de toepassing ook downloaden op uw computer of uw smartphone. De diverse kanalen worden gesynchroniseerd via uw TweetDeckprofiel. Het platform werd in 2011 overgenomen door Twitter, maar blijft bruikbaar voor andere sociale media.



www.tweetdeck.com



Deze praktische gids wordt gepubliceerd ter aanvulling van Katern nr 33 van het CIBG: «*Join the the conversation: de overheid in het tijdperk van de sociale netwerken*» binnen te halen op de site van het CIBG (www.cibg.irisnet.be) onder de rubriek «*Publicaties*».



Verantwoordelijke uitgever: Hervé Feuillien
CIBG
Kunstlaan 21 - 1000 Brussel
T 32 2 282 47 70 F 32 2 230 31 07
www.cibg.irisnet.be - communicatie@cibg.irisnet.be



@CIRB_CIBG



CIBG