

EEN AMBASSADEURSPROGRAMMA IN 6 STAPPEN

Wil je als kmo actief werken aan een ambassadeursprogramma?

Eén advies: start klein en groei stap voor stap.

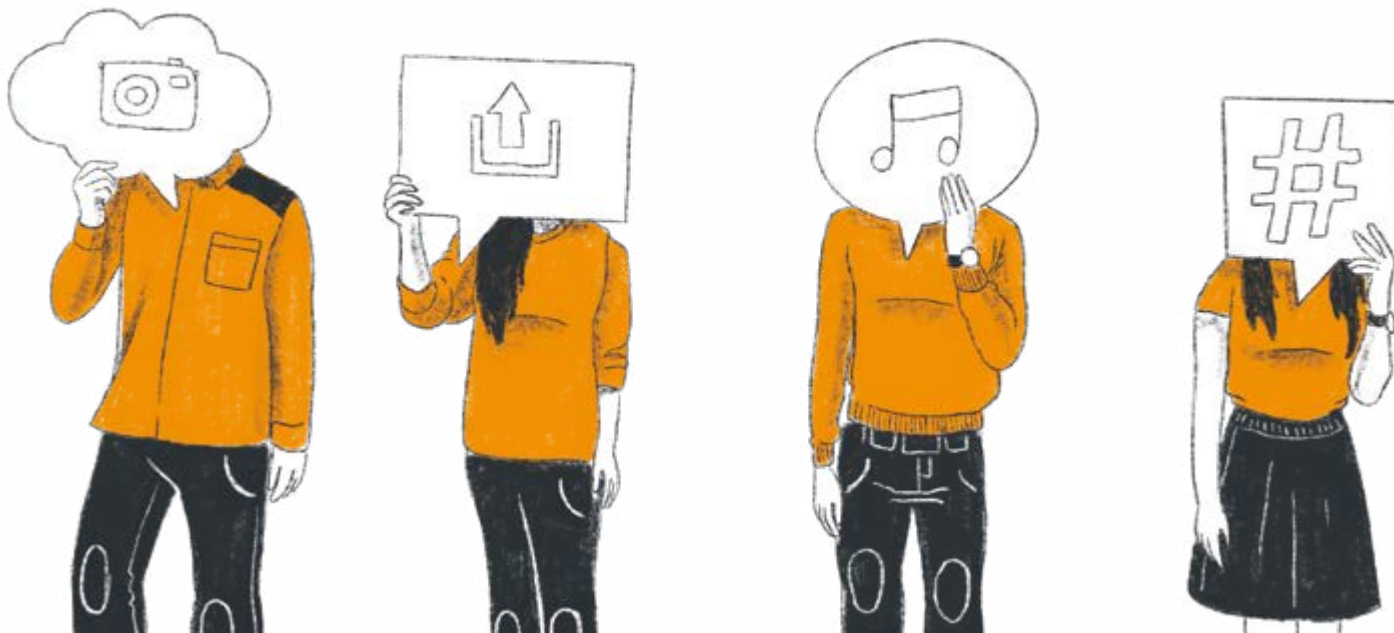
Elke onderneming heeft zijn eigenheden, elke markt zijn specifieke klanten, zijn eigen kanalen en aanpak. Er bestaat geen pasklaar antwoord en je leert met vallen en opstaan wat werkt en wat niet.

Deze 6 stappen zetten je op weg:



IDENTIFICE REN

Je ambassadeurs vinden



Net als voor elk ander plan moet je eerst weten van waar je vertrekt. Zoek daarom uit wie vandaag al ambassadeurs van je merk zijn, zowel intern als extern.

Intern

- ✓ Wie is actief op social media en post ook zaken over je merk?
- ✓ Welke soort content delen ze op welke kanalen?
- ✓ Specifiek voor de verkopers in het kader van social selling: wie staat nog nergens, wie al heel ver? Vraag hen expliciet of ze als merkambassadeur willen optreden.

Socialmedia-‘crawlers’ speuren op sociale media en eigenlijk heel het internet naar specifieke woorden of betrokkenheid. Met dit geautomatiseerd proces blijf je continu op de hoogte van wat er leeft.

Extern

- ✓ Monitor ALLE gesprekken waarin je naam voorkomt: zowel online als offline;
- ✓ Onderzoek socialmediakanalen op #jouw bedrijf, check reviews op google, ...;
- ✓ Hou bij wie extra moeite doet om in contact te treden – en wie zo quasi solliciteert om merkambassadeur te worden
 - wie brieven schrijft of mails – zelfs al klinken die negatief: er is verschil tussen ontgoochelde passie voor een merk en pure negativiteit;
 - wie spontaan feedback mailt over een product of een dienst;
 - wie reageert op sociale media;
 - check welke boodschappen ze delen op welke sociale media en wie ze zelf volgen.

Met deze inzichten

- >> weet je wie spontaan voor ambassadeur solliciteert, maar ook:
- >> zet je alvast efficiënte communicatiecampagnes op met deelbare content voor je ambassadeurs.

BEWUSTMAKEN

Je ambassadeurs bewustmaken van je zaak, hun rol en hun invloed



Ambassadeurs geloven in je merk en steunen het. **Voor een actief ambassadeursprogramma is nodig dat ze dit bewust doen.**

Leg zowel medewerkers als klant-ambassadeurs regelmatig uit :

- ✓ Waarom je onderneming bestaat, waarom je klanten helpt (why)
- ✓ Op welke manier je klanten bedient (how)
- ✓ Wat je product of dienst precies voor hen doet (what)

Het doel van je bedrijf moet duidelijk zijn voor iedereen die met je merk in aanraking komt.

Sowieso geldt dat ELKE medewerker goed op de hoogte moet zijn van je doel en je waarden. Alleen als zij deze echt beleven, kom jij als onderneming echt authentiek over.

DUS: communiceer, communiceer, communiceer!

Ook al denk je dat je het verteld hebt en ze het nu wel weten: vertel het nog eens. Of check in hoeverre ze het kunnen navertellen.

Een ambassadeursprogramma is altijd een plan voor de lange termijn!

OPLEIDEN

Je ambassadeurs trainen voor meer betrokkenheid van hun volgers



Intern

De meeste van je medewerkers zijn actief op sociale media.

Vraag je hen een boodschap te liken of te delen, kan je alleen maar hopen dat ze dit doen. Als ze zelf iets posten over je zaak, heb je daar vaak geen weet van. En soms doen ze het niet op de juiste manier.

Daarom is het noodzakelijk dat je medewerkers de mogelijke gevolgen van hun socialemediagebruik kennen: zowel de positieve als de negatieve gevolgen.



Voorzie een concrete opleiding met

- ✓ praktische tips en tricks,
- ✓ branding en het belang ervan,
- ✓ best practices of een gedragscode,
- ✓ de vraag om zelf ook content te creëren.

Extern

Afhankelijk van het belang van je externe ambassadeurs, nodig je hen ook uit op events.

Daar kunnen ze je merk, je producten en diensten ervaren, ze beter leren kennen en zo hun band met je zaak versterken.

Zo zullen ze vanuit hun eigen beleving zelf weer meer content kunnen creëren.



STAP 4



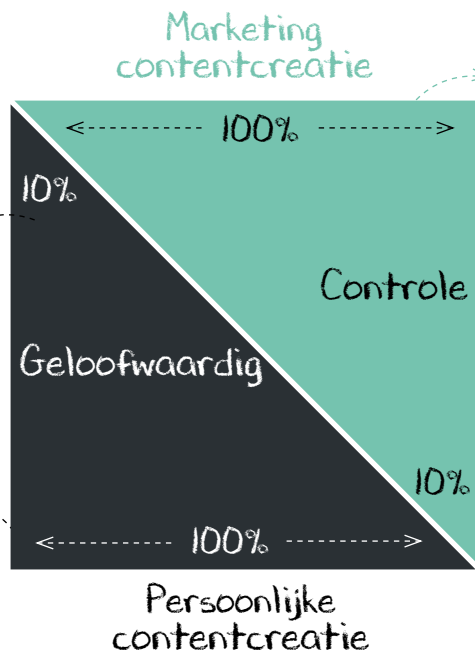
CONTENT CREËREN

Je ambassadeurs bijstaan
in de verdeling of creatie van boodschappen

Heel simpel toegelicht:

Likes zijn niet meer voldoende om hoog te scoren in socialmedia-algoritmes. Je boodschappen verschijnen meer en prominenter als ze met een persoonlijke toelichting van je ambassadeurs worden gedeeld. Leg dit zeker uit tijdens de opleiding!

Eens ambassadeurs volledig zelf hun content creëren heb jij weinig controle meer. In de plaats krijg je **zeer authentieke boodschappen die zeer geloofwaardig** overkomen bij je doelpubliek.



Met digitale tools stel je je marketingcontent makkelijk ter beschikking van je ambassadeurs. Zij kunnen met enkele kliks deze content delen en jij kunt perfect volgen wat ermee gebeurt.

Hoe beter je inspeelt op hun verwachtingen op gebied van content en communicatie, hoe meer ze je boodschappen zullen delen.

Als je medewerkers zelf blogs schrijven of vlogs opnemen binnen het kader van je bedrijf, kan je hen helpen zodat de kwaliteit en de boodschap van hun content overeenstemt met je bedrijfswaarden en je merkidentiteit.



STAP 5



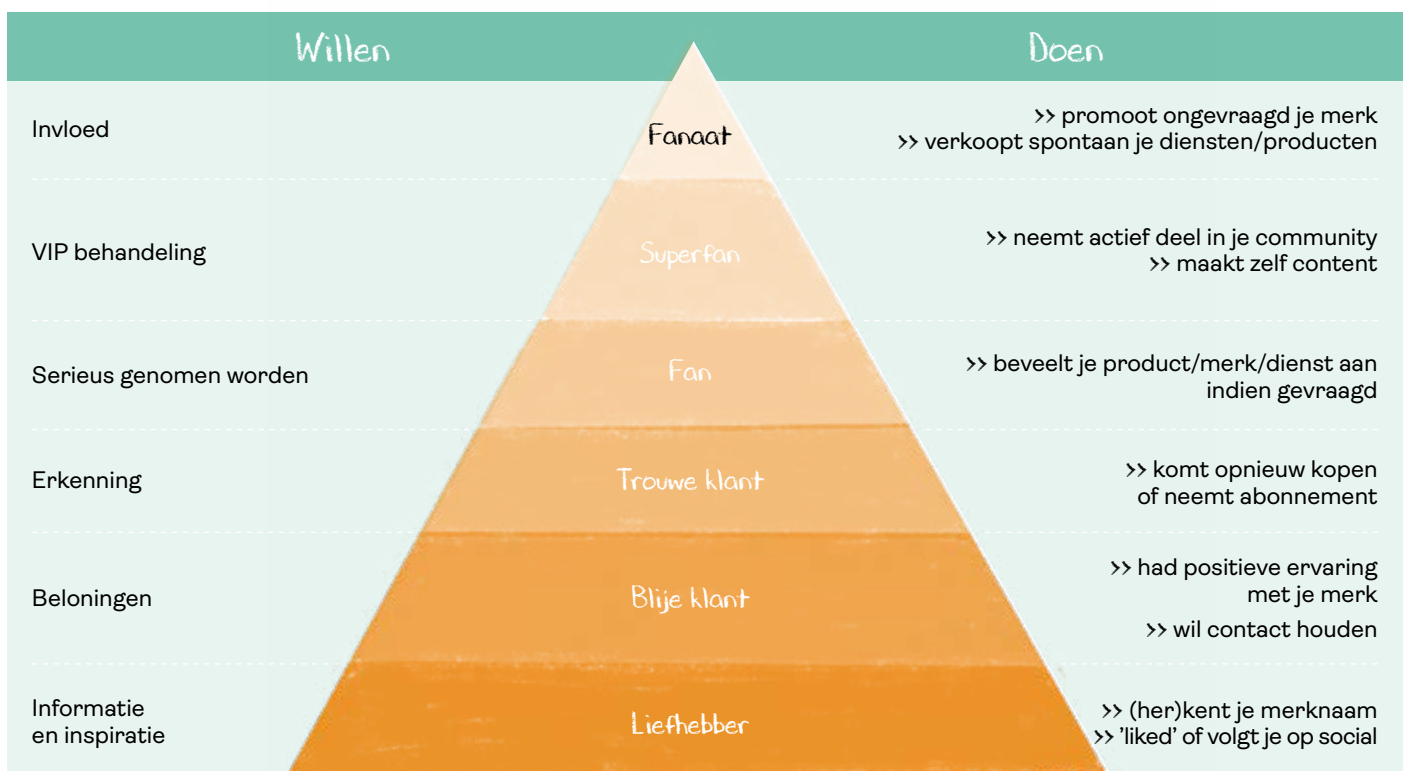
RELATIE OPBOUWEN

Je ambassadeurs betrekken en een band met hen opbouwen



Actief je ambassadeurs betrekken betekent dat je een echte relatie met hen opbouwt. Gebaseerd op wederkerigheid, vertrouwen en regelmatige interactie. Tegelijk laat je niet iedereen promoveren tot merkpromotor ... je

verwacht van je ambassadeurs dat ze hindernissen overwinnen en moeite doen om erbij te horen! Naargelang het type ambassadeur liggen hun verwachtingen – en jouw acties – anders:



ACTIVEREN

Je ambassadeurs actief inzetten



De meeste ambassadeurs zullen spontaan liken, posten en content creëren, zeker als je je relatie goed onderhoudt.

Toch wil je sommige boodschappen een extra push geven. Dat kan door hen:

- ✓ Kant-en-klare social posts te bezorgen die ze eenvoudig kunnen delen op hun eigen netwerken
- ✓ Simpelweg te vragen om bepaalde social posts te delen.

Tools zoals Social Seeder en Ambassify maken dit proces nog gemakkelijker:

- » Je ambassadeurs ontvangen je boodschap en kunnen ze delen door op een social-media-icoon te klikken. Afhankelijk van het kanaal verschijnt dan een boodschap met beeldmateriaal, volledig aangepast aan dat kanaal;
- » Via een dashboard volg je het bereik van je campagne in totaliteit én per ambassadeur.

En ... betalen?

Ja, influencer-ambassadeurs betaal je in sommige gevallen met geld of in natura. Maar de meeste gewone ambassadeurs verwachten wel een vorm van compensatie, maar geen betaling. Zij genieten het meest van rechtstreeks contact met het merk, van invloed hebben en gehoord worden. En, waarom niet, van mee kunnen bouwen aan het merk.

Wil je aan de slag met ambassadeurs, maar heb je graag meer input?
 Contacteer ons heel vrijblijvend voor een eerste gesprek.