

[Home](#)[Nieuws](#)[Achtergrond](#)[Opinie](#)[zoek](#)[Agenda](#)[Bibliotheek](#)[Dossiers](#)[Help](#)[RSS](#)**FM-seminar: 2.0 komt eraan, ook voor goede doelen**

10-12-2009

Auteur: [Marjan Smeitink](#)

**Afgelopen zomer deed onderzoeksbureau WUA! samen met FM/Lenthe Publishers onderzoek naar de online profilering van goededoelen-organisaties (zie FM 20-08-2009). In vervolg daarop was er op 8 december een mini-seminar.**



Onderzoeker Klaas Kroezen ([WUA!](#)) lichtte het onderzoek nogmaals toe en formuleerde aan paar heel concrete aanbevelingen. Vooral dicht bij je eigen gewenste imago blijven, adviseert Kroezen, want meer dan alle informatie op de site zal bevestiging van het imago surfers op de site houden.

De vindbaarheid van de verschillende organisaties op het web is een algemeen aandachtspunt. Voornaamste oorzaak is het gebrek aan naamsbekendheid van sommige organisaties. Geen wonder dat [War Child](#), [WNF](#) en [Greenpeace](#) in het algemeen wél gevonden worden. Betere zoekmachinemarketing, adviseert Kroezen.

**Grottere letter en betere vindbaarheid**

De allerbelangrijkste verbetering voor werkelijk elke website is volgens Kroezen erg makkelijk te realiseren: 'Maak de letters groter en de site leesbaarder (dus niet teveel donkere of verwarrende achtergronden). En denk vooral niet dat alleen vijftig-plussers daar behoefte aan hebben. Zowel bij ngo's als bij bedrijven is dat dé klacht van alle bezoekers, al vanaf een jaar of dertig.'

**2.0: mensen praten alleen met elkaar**

De deelnemers aan het mini-seminar waren vooral gekomen om iets meer te horen over Web 2.0. (de opkomst van sociale netwerken op internet). Haalbaar voor hún organisatie? En wenselijk?

[Sanne Roemen](#) (Social Media expert) betoogde dat die vragen eigenlijk irrelevant zijn. 'Mensen praten terug, daar raken bedrijven en organisaties langzaam aan gewend. Maar de volgende stap is dat mensen met elkaar gaan praten. Zonder dat jij als organisatie daar ook maar enige controle over hebt. Zonder dat je het weet, meestal.' Gewoon mee leren leven en eventueel je voordeel mee proberen te doen, dus.

Roemen: 'Web 2.0 is waar internet ooit voor bedacht is: elkaar ontmoeten en van elkaar leren.'

**Inspirerend en de-escalerend**

Roemen betwijfelde of het een goed idee is om te willen penetreren in sociale netwerken met het doel geld te werven. 'Ikzelf het internet zelfs een tijdje de rug toegekeerd omdat er teveel tegen me aan gemarketeerd werd. Die schijn moet je altijd voorkomen, dat vind de hard core internetter niet fijn.'

Belangrijk: 'We, the organisation is door internet veranderd in: We, the people.' Sociale netwerken kunnen een belangrijk voordeel hebben in tijden van crisis. Roemen: 'Als je wordt aangevallen als organisatie en je reageert, ben je altijd in het defensief. Als mensen binnen hun eigen netwerken jouw organisatie bespreken en/of aanbevelen, is er veel sneller sprake van de-escalatie. Logisch: sociale netwerken zijn vriendengroepen. Iedereen is gelijk en een bevoogdende of autoritaire houding past daar niet bij.' Ook enthousiasme en inzet zijn onder vrienden veel 'besmettelijker' dan wanneer een organisatie top-down een achterban benadert.

**Hoe kom ik ertussen?**

In de discussie was er vooral belangstelling voor de vraag: waar zitten mijn potentiële vrijwilligers en/of achterban? Andere vraag: hoe kan ik de netwerken inzetten om nieuwe vrijwilligers en/of achterban te vinden? Roemen: 'Die laatste vraag is niet erg 2.0. Je moet het niet trachten te manipuleren, maar zorgen dat je site en communicatie op orde is. En dan heb je het verder niet meer in de hand.'

Realistisch geluid uit de zaal: 'Wij hebben te maken met een achterban die echt het verschil niet weet tussen 1.0 en 2.0. Als ze al naar de website gaan,

**VOOR ABONNEES**

login:

Login

wachtwoord vergeten? >  
nog geen abonnee? >



zoeken ze daar ons telefoonnummer op. En dan gaan ze gewoon bellen.'

Meer artikelen over dit onderwerp:

- 01-04-2010 [Elan terug in Agenda Filantropie: Met z'n allen naar een beter imago?](#)
- 25-03-2010 [Civil Society Congres 2010: Parallelsessie op zoek naar 'superpromotors'](#)
- 24-03-2010 [Astmafonds gebruikt social media voor werving collectanten](#)
- 24-03-2010 [SMPA wordt Social Marketing Platform \(DDMA\)](#)
- 18-03-2010 [Civil Society 2010: Exclusieve Masterclass Philanthropy 2.0](#)

[terug naar index](#)

[print dit artikel](#) | [verstuur dit artikel](#)

[Abonneren](#) | [Home](#) | [Contact](#) | [FAQ](#) | [Over Lenthe](#) | [Privacy Policy](#) | [Adverteren](#)