

**20 NOVEMBER 2024**

COMMUNICATIE OVER KLIMAATADAPTATIE: MEET WAT JE DOET!

Om de effecten van online communicatie te toetsen kijken we naar data. Denk hierbij aan het aantal bezoekers op je website of het bereik van een sociale-mediapost. Maar hoe mag je deze data interpreteren? Wanneer kun je zeggen dat iets succesvol is? En hoe kun je data gebruiken om je communicatiestrategie vorm te geven?

Op donderdag 26 november organiseerden wij samen met communicatiebureaus [Helder en Duidelijk](#) en [de Lynx](#) een offline bijeenkomst voor de community communicatie klimaatadaptatie*. Tijdens deze community-bijeenkomst gingen we dieper in op de bovenstaande vragen over data.

Lees hieronder het verslag van de bijeenkomst

**Deze community bestaat uit ruim 120 communicatiemedewerkers en -adviseurs die zich bezighouden met klimaatadaptatie. Ze komen samen om kennis uit te wisselen en content te delen.*

BIJeenkomst 26 November 2024 / **VERSLAG**

■ **Websitedata**

Rianne Doller van Communicatiebureau de Lynx gaf met haar presentatie een inkijkje in hoe je data kunt inzetten voor een effectieve website én hoe je dit kunt vertalen naar een online communicatiestrategie. Dat begint bij de basis: een goede, gebruiksvriendelijke website. Aan de hand van verschillende data uit Google Analytics kun je kijken of jouw website goed wordt bezocht en welke pagina's het best worden gelezen. Met deze informatie leer je jouw doelgroep beter kennen en kun je jouw communicatiestrategie bijsturen, zodat je website zowel je doelgroep bedient als bijdraagt aan je communicatiedoelen.

Tips

- Zorg dat jouw website technisch goed functioneert, denk aan een snelle laadtijd en een ingevulde meta-omschrijving.
- Denk aan gebruiksvriendelijkheid en een begrijpelijke menustructuur.
- Maak kwalitatieve, originele content. Gebruik daarbij een duidelijke header voor jouw berichten, zo heb je minder kans dat de bezoeker afhaakt.
- Wissel tekst, afbeeldingen en video's af.
- Gebruik de juiste zoekwoorden voor jouw doelgroep. In de onderstaande presentatie vind je enkele tools voor hoe je deze woorden kunt vinden.
- Maak interactie mogelijk, denk aan een contactbutton.

Bekijk [*hier*](#) de presentatie voor meer informatie.

■ **Sociale media: LinkedIn**

Nadia van den Berg van Samen Klimaatbestendig dook in de wereld van LinkedIn. Om te beginnen bij het algoritme. Het algoritme van LinkedIn bevat 4 fasen:

Fase 1 / kwaliteit van post

De content krijgt een label: spam, lage kwaliteit, hoge kwaliteit. Je wil uiteraard dat jouw bericht het label 'hoge kwaliteit' krijgt. Dit kun je bereiken door:

- Slechte grammatica en spelfouten te vermijden
- Niet meerdere links in een bericht te gebruiken
- Niet meer dan circa 5 mensen te taggen in het bericht

BIJeenkomst 26 November 2024 / **VERSLAG**

- Niet te vaak te posten, 1 post per dag is genoeg
- Bepaalde hashtags niet te gebruiken, zoals *#like*, *#comment*, *#follow*

Fase 2 / interactie

Een klein deel van jouw volgers ziet jouw post. Hoe meer interactie deze groep aangaat, hoe beter. Denk aan: likes, reacties, delen en opslaan van het bericht.

Fase 3 / verdere verspreiding

Bij veel interactie wordt de post verder verspreid. Een grotere groep ziet nu jouw bericht. Hier geldt ook: hoe meer interactie, hoe beter.

Fase 4 / levensduur

Bij nog meer interactie analyseren de LinkedIn-redacteuren je post. Soms zie je een bericht van bijvoorbeeld 2 weken oud, dit komt omdat LinkedIn jouw goede bericht blijft pushen.

Samen analyseerden we hierna een aantal posts van de [LinkedIn van Samen Klimaatbestendig](#). Of een post goed of minder goed is, bepaalt de doelgroep. Daarom is het belangrijk om periodiek te analyseren. Zo leer je welke content jouw doelgroep interessant vindt. Als je dit gedurende een lange periode consistent doet, word je steeds wijzer in wat, wanneer en hoe je moet posten.

Klik [hier](#) voor een maandelijks rapport van Samen Klimaatbestendig (voorbeeld).
Bekijk [hier](#) de presentatie voor meer informatie.

Meer informatie over de community communicatie?

Mail naar nadia@samenklimaatbestendig.nl

Meld je HIER aan voor onze adaptieve updates.

Zo blijf je op de hoogte van een volgende sessie.