



The human touch to your web communication

White Paper
Februari 2009

© Paroxis International Management B.V.

<u>Inhoud</u>	<u>pagina</u>
Wat is een sociaal netwerk?	3
Sociale netwerken gericht op specifieke onderwerpen/thema's	4
Voorbeelden van sociale netwerken en hun doelgroep	5
Algemeen of specifiek (niche) netwerk?	6
Waarom zou ik een sociaal netwerk onder mijn eigen merk opzetten?	7
Waarom zouden mensen lid worden van uw sociale netwerk?	8
Vakbladen/tijdschriften	9
Sociale netwerken en vakbladen/tijdschriften	9
Wat bieden we u?	10
Referentie websites	11

Wat is een sociaal netwerk?

Mensen hebben een sociale aard. Zij hebben dan ook voornamelijk sociale behoeften; contact, vriendschap en het delen van nieuws of amusement. Een sociaal netwerk op het Internet is daar een prima aanvulling op. Het brengt mensen bij elkaar. Ze kunnen elkaar (beter) leren kennen door middel van een eigen profiel maken, foto's/ video's toevoegen, discussies starten, (video) chat etc. Doordat mensen zich aansluiten bij een sociaal netwerk op het Internet (ook wel community genoemd) worden relaties versterkt en vinden ze mensen met gelijke interesses met als gevolg dat zij er nieuwe vrienden bij krijgen.

Een sociaal netwerk is een krachtig gereedschap voor bedrijven, organisaties, projecten, industrieën, media of (sport) clubs om werknemers, leden of andere doelgroepen door een stimulerende en effectieve manier te beheren.

Sociale netwerken groeien vaak door middel van “mond-op-mond reclame”. Leden van uw sociale netwerk nodigen vrienden uit en zo kunt u een groot aantal mensen bereiken met een gelimiteerd budget voor marketing. Nog een pluspunt is het feit dat als mensen zich eenmaal hebben aangesloten bij het netwerk, de kans groot is dat ze er ook blijven. Deze extreme leden loyaliteit maken sociale netwerken erg rendabel.

Sociale netwerken gericht op specifieke onderwerpen/thema's

Sociale netwerken worden steeds populairder en er is dan ook steeds meer vraag naar. Maar vaak vinden veel mensen dat een netwerk te algemeen is en te weinig gericht op een specifiek onderwerp. Daarom zoeken mensen een sociaal netwerk wat specifiek op één onderwerp/thema is gericht.

Zulke netwerken kunnen worden gemaakt voor bijvoorbeeld:

- Sportverenigingen (voetbal, golf, basketbal, zeilen etc.)
- Binnen een bedrijf (zoals www.moi-unlimited.com, een internationale online dating service)
- Voor gezondheidsorganisaties met een specifiek thema (longkanker, diabetes, hartaanval, plastisch chirurgie etc., zodat artsen, patiënten, specialisten, klinieken, apothekers en therapeuten met elkaar in contact kunnen komen)
- Voor hobby's en interesses (huisdieren, muziekbands, tuinieren, vliegtuigen etc.)

Voorbeelden van sociale netwerken en hun doelgroep

- **Bedrijven (intern)** - werknemers/werkgevers, om kennis uit te wisselen en discussies te starten over aan werk gerelateerde onderwerpen)
- **Bedrijven (extern)** - klanten, om marktonderzoek te doen en klanten te betrekken bij (nieuwe) producten en services
- **Reclamebureaus** – cliënten, bouw een sociaal netwerk rondom de specifieke interesses van cliënten of van producten en services
- **Projecten** – projectleden kunnen informatie verstrekken/ontvangen, zichzelf beschrijven en vermelden waar zij naar zoeken. Ook om meningen te geven en discussies te starten
- **Industrieën** – om alle mensen die te maken hebben met een bepaald soort industrie samen te brengen in een effectieve omgeving
- **Media** - luisteraars van radiostations/leden van vakbladen/tijdschriften, om informatie te geven en vermeerderen van leden door middel van mond-op-mond reclame
- **Organisaties** - voor leden om informatie te verstrekken/ontvangen, om events te organiseren zowel lokaal als op grote schaal.
- **(Sport) clubs** - zowel intern als extern - voor clubleden of fans om leden te werven, hoge leden loyaliteit te creëren, fanshop etc.
- **Gezondheidsorganisaties/klinieken** – voor patiënten, artsen, therapeuten, apothekers etc. om kennis uit te wisselen, vragen te stellen etc.
- **Hobby's en interesses** – tuinieren, vissen, vliegen, muziekbond etc. leden kunnen met elkaar over hun favoriete onderwerp praten ((video) chat) en discussies starten of er aan deelnemen.

Algemeen of specifiek (niche) netwerk?

De eerste stap richting algemene sociale netwerken is reeds gezet door de oprichting van bijvoorbeeld mySpace, Facebook en Hyves.

Die ontwikkeling liet ons zien dat leden van sociale netwerken erg loyaal zijn en dat concurreren met de bestaande sociale netwerken moeilijk was.

Maar de tijden zijn veranderd en de tweede stap is gezet. Mensen hebben namelijk de behoefte zich aan te sluiten bij een sociaal netwerk dat gericht is op een specifiek onderwerp. Voordeel daarvan is dat er dieper op een onderwerp in kan worden gegaan en dat men makkelijker mensen met dezelfde interesses zal vinden.

Voor u als bedrijf/organisatie/sportclub, is het voordeel dat u exact de doelgroep bereikt die u wilt bereiken - onder andere door mond-op-mond reclame. Daarmee hoeft het marketing budget ook niet hoog te zijn.

Bedrijven kunnen een sociaal netwerk zowel intern als extern gebruiken:

Intern

- **Om werknemers met elkaar in contact te laten komen**
- **Om discussies te stimuleren**
- **Voor het uitwisselen van informatie**

Extern

- **Om marktonderzoek te doen (stimuleren en observeren van discussies onder klanten)**
- **Om klanten te betrekken bij product en/of service ontwikkeling**
- **Om mond-op-mond reclame te genereren**
- **Om de extreme klantloyaliteit te behouden en te laten groeien**
- **Subtiele marketing**

Waarom zou ik een sociaal netwerk onder mijn eigen merk opzetten?

In voorgaande hoofdstukken heeft u al een aantal voordelen kunnen lezen waarom een sociaal netwerk geschikt zou zijn voor u. Hieronder vindt u een compleet overzicht:

Hoog gebruik door leden

Leden komen regelmatig terug naar het sociale netwerk, soms zelfs dagelijks. Dat betekent voor u dat de **pagina's veel bekeken** worden en het biedt perspectieven om **adverteerders aan te trekken** met de mogelijkheid van meer **omzet** door **advertentie-inkomsten**.

Loyaliteit

Leden maken **nieuwe vrienden/zakenrelaties** en kunnen daarmee gemakkelijk in contact komen in het sociale netwerk. Daardoor zullen ze niet snel naar een concurrerend sociaal netwerk overstappen.

Ze zullen zich “**verbonden**” voelen met het sociale netwerk.

Mond-op-mond reclame

Leden nodigen hun vrienden uit om ook lid te worden van het sociale netwerk. Dit is een zeer effectieve marketingvorm met **lage kosten** om het sociale netwerk te laten groeien en uw **merk bekender** te laten worden.

Als eigenaar en beheerder van een sociaal netwerk onder uw eigen merk :

- Versterkt u de loyaliteit van de leden
- Wordt uw merk versterkt
- Bereikt u nieuwe klanten
- Beschikt u over een instrument voor uw specifieke doelgroep
- Stimuleert u kennisuitwisseling onder leden
- Vereenvoudigt u het marktonderzoek

Waarom zouden mensen lid worden van uw sociale netwerk?

Een sociaal netwerk biedt de mogelijkheid om mensen met elkaar in contact te laten komen. Leden maken hun identiteit bekend d.m.v. een profiel te maken, foto's/video's te plaatsen en hun mening te geven over onderwerpen.

Mensen zullen lid worden van uw sociale netwerk omdat het leuk is en helpt om:

- Contacten gemakkelijk te beheren
- Andere mensen te vinden met gelijke interesses
- Gevonden te worden door andere mensen met gelijke interesses
- Zaken te doen
- Te zoeken naar een nieuwe baan/functie
- Te zoeken naar geschikte werknemers
- Groepen te vormen
- Te communiceren met andere leden (o.a. (video) chat), vragen te stellen, antwoorden krijgen en aan discussies deel te nemen of ze zelf te starten

Toelichting op deze voordelen:

Beheren van contacten

VILLAGE community software maakt het mogelijk dat leden hun persoonlijke contacten, zakenrelaties en vrienden eenvoudig kunnen beheren en uitbreiden.

Effectief zoekresultaat

Leden kunnen zoeken naar andere leden met dezelfde interesses of naar leden die een product/service aanbieden waar zij naar op zoek zijn (zoals een baan/functie of kennis over een bepaald onderwerp).

Zaken doen

Door bijvoorbeeld een oproep plaatsen in het sociale netwerk of op zoek te gaan naar geschikte profielen maakt VILLAGE Community Software het mogelijk zakenrelaties te vinden of uit te bereiden.

Communiceren met andere leden, vragen stellen, antwoorden krijgen en discussiëren

Binnen het sociale netwerk kunnen leden elkaar berichten sturen en (video) chatten met hun contacten of andere leden in een veilige, betrouwbare en spamvrije omgeving.

Sociale netwerken en vakbladen/tijdschriften

Zoals u eerder heeft kunnen lezen zijn sociale netwerken met een specifiek onderwerp effectiever dan algemenere netwerken.

Om de voordelen duidelijker te maken nemen we als voorbeeld een sociaal netwerk voor een vakblad of tijdschrift. Deze hebben zich al op één onderwerp, thema of doelgroep gespecialiseerd.

De voordelen voor een vakblad/tijdschrift

- Ten eerste kunnen zij in hun eigen tijdschrift het nieuwe sociale netwerk bekend maken d.m.v. adverteren en/of speciale acties
- De leden zullen het leuk vinden om met mensen met gelijke interesses te kunnen communiceren. En zullen daardoor ook vrienden uitnodigen zodat het netwerk vanzelf groeit. Daarmee bereikt het tijdschrift mensen die ze tot nu toe met marketingcampagnes niet konden bereiken
- Ook kan het tijdschrift inclusief de content, worden geadverteerd in het sociale netwerk
- Toegang tot “premium” content kan worden verkocht aan de leden, zoals de nieuwste artikelen of speciale artikelen/functies
- Abonnementen en merchandise van het tijdschrift kunnen worden verkocht in het sociale netwerk
- De hoge loyaliteit van leden zal positief werken op het aantal abonnees van het tijdschrift (zal stijgen)

Het tijdschrift en het sociale netwerk focussen zich allebei op hetzelfde onderwerp en versterken zo het merk waardoor het aantal leden groeit.

Het sociale netwerk wordt een marketingmiddel voor het tijdschrift, het bereikt de juiste doelgroep en met weinig kosten zal die groep groeien en dus stijgt het ledenaantal. Behalve deze voordelen zal ook het sociale netwerk aanvullende omzet kunnen maken door aanmeldingen voor premium content, merchandise en advertentieruimte.

Wat bieden we u?

Paroxis biedt u de VILLAGE Community Software waarmee u een compleet sociaal netwerk onder uw eigen merk kunt beheren.

We noemen het ook wel een “relatie netwerk” omdat het de relatie tussen mensen stimuleert en ook hun behoeften, vaardigheden, talenten en kennis stimuleert.

Een sociaal netwerk geeft bijvoorbeeld informatie over:

- Wie kent wie?
- Wie weet wat?
- Wie kan wat?
- Wie zoekt voor iets (en wat dan precies)?
- Wie biedt iets aan?

Het is een bron van informatie voor de leden en maakt het mogelijk om vrienden en zakenpartners te ontmoeten in een stimulerende en effectieve (online) omgeving. (wat natuurlijk ook goede perspectieven kan bieden in het “echte” leven)

Bovendien biedt Paroxis u de mogelijkheid om de software precies aan uw wensen aan te passen. De content kunt u zelf (laten) maken en eenvoudig invoeren.

Referentie websites

Voor een eerste impressie van VILLAGE community software kunt u de volgende websites bezoeken:

*****Exclusive online dating service: moi-unlimited.com*****



***** The new definition of Exclusive: boyztoyz.com*****



Voor meer informatie stuurt u een e-mail naar sales@csv-networks.nl of belt u 0346 552694.

Angelique Peters of Wouter ter Reehorst zullen uw vragen over de VILLAGE community software graag beantwoorden.