

DE STELLING: 'Een hovenier die niet actief is op social media, loopt achter en laat kansen en omzet liggen.'

Opdrachtgevers oriënteren zich steeds vaker online. Ze zoeken een hovenier via Google, bekijken projecten op social media en laten hun keuze mede afhangen van wat ze daar zien. Tegelijk hebben veel hoveniers hun agenda al vol en ligt de grootste uitdaging niet bij het vinden van werk, maar bij het uitvoeren ervan. Toch klinkt steeds vaker de overtuiging dat online zichtbaarheid geen keuze meer is, maar noodzaak.

Auteur: Frank van de Ven




BE SOCIAL
Scan, lees & deel!



ISABELLE SEFFINGA
Eigenaar Bureau Distel

'Social media werken het best als je ze gebruikt om te laten zien waar je trots op bent'

'Daar ben ik het niet mee eens. In de praktijk zie ik dat veel hoveniers en groenvoorzieners juist werk genoeg hebben. De vraag is groot, maar het ontbreekt vaak aan mensen om het werk uit te voeren. In zo'n situatie laat je geen omzet liggen doordat je niet zichtbaar bent op social media. Je kunt het werk simpelweg niet aannemen.

Scherper kiezen

Dat betekent niet dat social media geen waarde hebben. Ze kunnen helpen om scherper te kiezen voor het type klant dat je wilt aantrekken. Door te laten zien hoe je werkt, welke stijl je hebt en welke projecten je uitvoert, kunnen opdrachtgevers beter inschatten of je bij hen past. Het gaat dan minder om meer werk en meer om het juiste werk.

Zichtbaar zijn op social media kost tijd en energie. Voor veel hoveniers gebeurt dat buiten werktijd. Na een lange dag buiten is het niet vanzelfsprekend om 's avonds ook nog content te maken. Dat wordt vaak onderschat. Uitbesteden kan, maar dan moet het wel rendabel zijn.

Bewuste keuze

Social media werken het best als je ze gebruikt om te laten zien waar je trots op bent, niet omdat je vindt dat het moet. Mooie projecten, goed vastgelegd, zeggen meer dan veel berichten zonder duidelijke inhoud. Niet actief zijn op social media is daarom geen achterstand, maar een bewuste keuze.'



SON CICILIA
Eigenaar Yard Legend

‘Mensen zitten op social media en daar moet je zichtbaar zijn’

‘Absoluut. We leven in een tijd waarin bijna alles online gebeurt. Flyers, advertenties en zelfs televisie worden steeds minder belangrijk. Mensen zitten op social media en daar moet je zichtbaar zijn. Ik zie bedrijven die hun klanten vrijwel volledig via social media binnenhalen. Als je daar niet aanwezig bent, mis je simpelweg aanvragen.

Verwachtingspatroon wekken

Dat hoeft niet ingewikkeld te zijn. Je hoeft jezelf niet per se in beeld te zetten. Laat gewoon zien wat je doet: projecten, het proces en het eindresultaat. Daarmee geef je potentiële klanten een goed beeld van je werk en van wat ze kunnen verwachten.

Ik merk hoe krachtig dat bereik is. Als ik projecten deel via mijn kanalen, loopt de agenda snel vol. Een timelapse van een project maakt meteen duidelijk wat je kunt.

Geen bijzaak meer

Social media zijn voor mij geen bijzaak meer, maar een vast onderdeel van ondernemen. Het is de plek waar klanten je vinden en waar je laat zien waar je goed in bent. Wat mij betreft is er geen twijfel mogelijk: elke hovenier zou hier actief mee bezig moeten zijn.’



TIES TIMMERMANS
Eigenaar Timmermans Hoveniers

‘Als mensen je nooit zien, weten ze niet dat je bestaat’

‘Ik herken de stelling deels, maar zo zwart-wit is het niet. Een hovenier die niets doet aan zichtbaarheid, mist wel kansen. Dat hoeft geen strak socialmediaplan te zijn. Maar als mensen je nooit zien, weten ze ook niet dat je bestaat. Bij ons komt veel werk nog steeds via mond-tot-mond-reclame. Dat blijft belangrijk. Tegelijk zie ik dat social media dit kan versterken. Mensen zien onze naam vaker, herkennen ons busje of hebben eerder een project van ons gezien. Dat maakt het makkelijker om contact op te nemen.

Omzet laten liggen

Nieuwe klanten vraag ik vaak hoe ze bij ons terecht zijn gekomen. Meestal is dat een combinatie: social media, langs het bedrijf rijden en via anderen over ons horen. Dat werkt samen. Tegelijk moet je als bedrijf niet te afwachtend zijn. Je hoeft jezelf niet groot te presenteren, maar af en toe laten zien wat je doet helpt wel. Wij plaatsen projecten en korte filmpjes, zonder vast schema. Dat kost weinig tijd en zorgt voor herkenning. In die zin laat een hovenier die niets doet aan zichtbaarheid kansen en mogelijk omzet liggen.’