

Altijd goed om eens te ontdekken wat het u als fruitteler kan brengen

Social media zijn er ook voor fruittelers



De komst van Web 2.0 zorgde voor een verschuiving op het internet van passief surfen naar interactie; het zelf actief zijn op het World Wide Web. Internetgebruikers kunnen inmiddels virtuele sociale netwerken op. In Nederland zijn de meest gebruikte: Facebook, Twitter, LinkedIn en Hyves. De een is enthousiast over deze social media, de ander staat er onverschillig tegenover of nog wat onwennig. Maar het is altijd goed om eens te ontdekken wat het u als fruitteler kan brengen.

Wouter van Teeffelen
adviseur WTE Fruitadvies
Wte@fruitadvies.nl
Twitter: @fruitteelinfo
www.linkedin.com/in/woutervanteeffelen

Op alle social media vormen mensen netwerken en wisselen zij informatie uit. Wel heeft elke netwerk zijn eigen kenmerken en voor- en nadelen. Zo is YouTube een medium om filmpjes uit te wisselen. Facebook en Hyves hebben eigenschappen van een virtuele dorpskroeg waarin de gebruiker met korte berichten wel minder relevante en meer persoonlijke kwesties deelt. Bij Pinterest, dat wel een virtueel prikbord wordt genoemd, ligt de nadruk op plaatjes. LinkedIn is een zakelijk netwerk waarmee u contact legt met goede en minder goede bekenden. Op LinkedIn is een uitgebreid profiel van uzelf noodzakelijk. Het heeft wat weg van een map met visitekaartjes met daarbij nog een CV. U kunt direct en in groepsverband informatie uitwisselen maar in de fruitteelt gebeurt dat heel summier. Een veel gehoord bezwaar van niet-

gebruikers van social media is dat het te veel tijd vraagt. Dit treft vooral mensen die al moeite hebben met het verwerken van e-mails. Maar het bespaart ook tijd. Door de korte berichten via Twitter vraagt het lezen weinig tijd. Met mobiel internet en wifi zijn

App, Facebook, Hyves en Twitter herkennen dit wel. Volg dus alleen mensen die je interesseren en ontvolg ze wanneer ze te veel onzinnige berichten gaan versturen. Bij juist gebruik zit er geregeld zinvolle informatie bij. Twitter heeft afhankelijk

van de twitteraar de ene keer wat zakelijk en dan weer wat persoonlijk karakter. Wanneer u tuitert als bedrijf/ondernemer houdt het dan op grotendeels relevante zaken over uw bedrijf. Twitteren kan handig zijn als u een vraag hebt en soms kan het de basis zijn voor nieuwe contacten. Naar schatting zijn er in de fruitteelt circa honderd mensen die tuiteren. Mooie voorbeelden van informatie zijn onder meer de tweets van telers en anderen tijdens een nachtvorstnacht. U krijgt al snel een beeld van de vorstsituatie in andere fruitteeltgebieden. Realiseer u wel dat alles wat u



'verloren' momenten te gebruiken om uw social media te volgen. Volg niet te veel mensen en plaats zelf alleen die berichten die moeten. In tegenstelling tot e-mail bepaalt de ontvanger van social media van wie hij berichten wil ontvangen. Andersom kunt u berichten ontvangen van mensen met wie u normaal gesproken sporadisch of geen contact hebt. Twitter kent ook de kracht van het re-tweeten: volgers sturen uw bericht door naar hun volgers waardoor een sneeuwbaaleffect ontstaat.

(On)zinnige berichten

Wie niet kritisch volgt, ontvangt op Twitter veel onzinnige berichten. Fruitteelers met kinderen in de tienerleeftijd met Whats-





@fleurenfruit

Eén van de actiefste gebruikers van social media uit de fruitteeltsector is vruchtboomkweker Han Fleuren. Hij tuitert onder het account @fleurenfruit en is actief op WhatsApp, Facebook en LinkedIn. Sinds mei 2010 stuurde hij al bijna 12.000 twitterberichten (ofwel tweets) de wereld in. Hij tweett onder meer over zakengerelateerde kwesties aan fruitteelt en boomkwekerijen. Voor Fleuren als fruitambassadeur is Twitter een plezierige en efficiënte manier om contacten met bekenden te onderhouden en nieuwe contacten op te doen. Hij vindt de kracht van Twitter dat je door de lengte van max. 140 tekens je moet beperken tot de essentie van je verhaal. Het is laagdrempelig en daarmee goed voor berichten die eigenlijk te klein zijn als persbericht, infobulletin of mailing. Het nadeel van e-mailen vindt hij de lengte ervan waardoor ze vaak half- of ongelezen blijven. WhatsApp gebruikt hij heel anders. Het heeft iets weg van een sms, maar het is gratis en hij kan foto's meesturen en het

heeft als voordeel dat hij met een kleine besloten groep kan communiceren. Zo vormt hij een groep met zijn familie met wie hij toch wat meer deelt dan met al zijn ruim 1.400 volgers op Twitter. Met WhatsApp vormt hij wel een groep met zijn medewerkers en ook de LTO-cultuurgroep vruchtboomkwekers is inmiddels actief.

Behalve Han is ook vader Karel Fleuren actief met WhatsApp en hij tuitert als 70-jarige onder het account @karel-tjekers. Ongetwijfeld is hij de oudste actieve tuitteraar uit de Nederlandse fruitteeltsector. Daarnaast zijn Corine Fleuren en Mieke Ebus-Fleuren onder de naam @MeidenvFleuren actief op Twitter en Facebook. Boomkwekerij Fleuren verkoopt de zogenoemde minitrees voor particulier gebruik. De social media bezorgen Fleuren free publicity en ze leggen contacten met hun afnemers en potentiële klanten. En wat is nu leuker dan een klant positief over de minitrees te zien tuitteren en zo de ambassadeurs van je product worden.

tensief gebruik van Twitter en Facebook op de kaart is gezet. Mond-tot-mondreclame is iets wat virtueel veel gebeurt en het is gratis. Een ander voorbeeld: aan de Bodensee hebben jonge fruittelers een Facebook-groep opgericht om informatie met elkaar te delen.

Efficiënt

Facebook en Hyves hebben veel meer dan Twitter een persoonlijk karakter, hoewel er op Facebook bedrijven zijn die het medium als marketinginstrument gebruiken, zoals Kanzi Apple. Sommigen kiezen voor meerdere accounts en kiezen bijvoorbeeld voor een Facebookaccount (voor vrienden) en een Twitteraccount (voor andere volgers). Social media zal verder groeien. Daarnaast zullen er meer gebruikers uit een wat traditionelere groep zoals de fruitteelt komen. Hoe meer vakgenoten op social media actief worden, hoe interessanter de uitwisseling wordt. Social media wordt nooit de vervanger van een persoonlijk- of telefoongesprek, maar kan de onderlinge communicatie wel aangenamer en efficiënter maken. ❖



op internet zet openbaar wordt onder uw naam. Waar op allerlei forums mensen op een laffe manier anoniem hun gal menen te kunnen spuien, is het bij Twitter (en nog meer bij LinkedIn) gebruikelijk om onder de eigen naam actief te zijn. Dat is gemakkelijk als u iets aan een breed publiek kenbaar wilt maken, maar vergeet enige tact en ervaring om te voorkomen dat een 'verkeerd' bericht verstuurt. Door het openbare karakter krijgt u een idee over wat er onder de mensen leeft. Zoekt u bijvoorbeeld op Kanzi, dan komt u de mening van consumenten over dit ras te weten, zowel positieve als negatieve berichten. Bedrijven waarover tuitterars klagen, moeten wel snel en goed reageren. Een groot deel van de boerderijwinkels in de fruitsector zit op Twitter en meldt zo interessante weetjes aan zijn klanten die op hun beurt weer in contact komen met de winkelier/teler. Kanzi-Apple, en nog meer de Minitree, van Fleuren is een mooi voorbeeld dat door in-

