



## De invloed van social media op het imago van een stad!

Door: Amy van der Wegen

Welke invloed kan social media hebben op het imago van een stad? Dat is de vraag die in dit artikel beantwoord zal gaan worden. Het gebruik van social media wordt steeds populairder bij het beïnvloeden van het imago van een stad. Doelgroepen zijn steeds slechter te bereiken. Omdat sociale netwerken de basis zijn van ons bestaan en we niet zonder onderlinge sociale interactie kunnen, biedt dit een goede uitkomst. Sociale media zorgt voor betrokkenheid verteld Natasja Pronkhorst, adviseur online communicatie bij Lamar communicatie.

### Wat is social media?

Sociale netwerken zijn netwerken van mensen die op een of andere manier een band met elkaar hebben. Kinderen maar juist ook ouderen mensen zijn steeds meer onder de invloed van social media. Nederlandse vijftigers zijn tegenwoordig ook actief met social media. Bij het gebruik van social media moet vooral gekeken worden naar de beoogde doelgroep. Onder social media worden onder andere weblogs, sociale netwerken als Hyves, Facebook en LinkedIn en diensten als Twitter verstaan. Door deze ontwikkelingen zijn we in staat om op een nieuwe manier met elkaar informatie, meningen en gevoelens te delen. Steeds meer steden zien de waarde in van social media: de informatieoverdracht is razendsnel en het is een laagdrempelige manier om met elkaar in gesprek te komen. Toch zijn veel steden nog huiverig over de inzet van social media. Het angstbeeld bestaat dat een digitaal platform, zoals een community, voor burgers eerder een verzamelplaats is voor kritiek dan voor positieve berichten.

### Invloed op imago

Met social media kun je de positionering van je stad uitwerken of aanpassen. Uit vele onderzoeken blijkt dat het imago van een stad voor een groot deel wordt gevormd door wat anderen op internet en vooral in social media schrijven. Het imago van een stad is tegenwoordig mede afhankelijk van hoe de stad in social media gepresenteerd wordt en wat er met de comments van personen wordt gedaan (blog van Social Embassy). Hoever ga je hierin en wat wil je hiermee bereiken? Laat je de verhalen ongecontroleerd door anderen vertellen of wordt er gebruik gemaakt van de nieuwe mogelijkheden in social media en neemt de stad zelf de regie. Burgers kunnen zich via social media bijvoorbeeld in een discussie over de stad mengen. Een stad moet daarom bedacht zijn op berichten die de stad in een negatief daglicht kunnen zetten. Een stad moet de social media enerzijds voortdurend screenen en anderzijds er gebruik van maken om de standpunten toe te lichten en een positief imago te creëren.

De meeste steden starten een blog, openen een Twitteraccount en zijn actief op LinkedIn. Als stad kun je goed luisteren via Google Alerts en Twitter Search naar de opinies en meningen van anderen en hier kan wat mee gedaan worden. Het monitoren van wat er over de stad wordt gezegd, helpt je bij het opmerken van ontwikkelingen rond de stad. Hier kan een stad op in spelen. Het imago kan dan aangepast en verbeterd worden. Imago is ten slotte altijd een key succes factor voor steden geweest en dit geldt tegenwoordig des te meer op internet. Dagelijkse zullen personen op internet naar de stad op zoek gaan en komen hierbij altijd in aanraking met andermans meningen. Al bij het bekijken van de eerste Google zoekresultaten zal iemand een mening vormen over de stad. Het is daarom erg belangrijk om tijd te investeren in het oppakken van problemen en kwesties die online aangekaart worden. Indien een stad niet actief bezig is met het bijhouden van wat er op internet en in social media over de stad wordt gezegd, zal er geen overzicht zijn en is het daarmee onmogelijk om de problemen en feedback goed op te pakken. Als we kijken naar de meest voorkomende situaties is het van belang dat het imago van een stad goed is omdat dit nieuwe klanten, bewoners en toeristen kan trekken door middel van vertrouwen. Social media is namelijk een goede manier om vertrouwen te winnen van (toekomstige) bewoners en toeristen. Door de conversatie aan te gaan wordt er in een vroeg stadium een band gelegd.

### Inspelen op bewoner en toerist

Daarnaast is de mens kritischer geworden. Woningzoekende consumenten maar ook toeristen willen meer invloed hebben op het woon- of reisgenot. Hier kan een stad op in spelen. Dankzij social media zijn steden wellicht beter in staat om wensen van bewoner en toerist te achterhalen en ideeën te verwerken in plannen. Indien zij beschikken over de wensen, kunnen ze het imago van de stad verbeteren door middel van nieuwe ideeën. Ook zit er een ontwikkeling in het contact tussen de bewoners van een stad. Social media is uiteraard erg geschikt om ideeën van bewoners en andere belanghebbenden te verzamelen over de verbeteringen in een stad of wijk. Want wie kan het beter vertellen dan de mensen die er zelf wonen? Voorbeelden hiervan zijn websites waar bewoners ideeën kunnen inzenden en ideeën van andere kunnen beoordelen.

Indien een stad weet welk imago de stad heeft bij de huidige bewoners, kan de stad hierop inspelen. Indien dit een negatief imago is, zal dit verbeterd moeten worden. Merken ze dat het een positief imago is, dan kunnen ze de bewoners gebruiken bij het overbrengen van het positieve imago naar buitenstaande personen. Het wordt voor buitenstaanders steeds gemakkelijker om via social media een kijkje binnen een stad te nemen. Steeds meer steden ontwikkelen een virtuele wijk waarin de toekomstige buurt in beeld wordt gebracht. Dit is interessant omdat bewoners online informatie kunnen uitwisselen met toekomstige bewoners. Zij kunnen het imago versterken. Dit kan ook door bijvoorbeeld een Twitter- of Hyvespagina aan te maken speciaal voor toeristen of nieuwe bewoners. Maar let wel op dat door het gebruik van social media het imago ook kan verslechteren. Houd daarom altijd in de gaten wat er via social media over de stad wordt gecommuniceerd.

Populairste social media:



Zo zie je hoe steden steeds beter om weten te gaan met social media technieken als Twitter en LinkedIn. In de toekomst zal het gebruik van social media door steden enorm toenemen. Niet alleen om terug te kijken wat voor negatieve en positieve dingen er over een stad worden gezegd, maar ook om aan de conversatie die gaande is mee te kunnen delen en deze zelfs te beïnvloeden. Hierdoor kan het imago van een stad aangepast worden aan de doelgroep. Ook biedt social media vertrouwen en betrokkenheid met de burgers. Daarnaast kunnen ze nieuwe wensen en ideeën opmerken. Indien er een positief imago bestaat bij de huidige inwoners, zullen zij via social media buitenstaande personen ook beïnvloeden. Social media heeft daarom wel degelijk invloed op het imago van een stad! Het is belangrijk dit in het achterhoofd te houden bij de uitwerking van het concept. Het concept zal aan moeten sluiten bij de social media die Vlissingen kan gebruiken voor het verbeteren van het imago. Houdt er ook rekening mee dat door de verkeerde inzet van social media, het imago van Vlissingen kan verslechteren.