



**SOCIALE
VERKIEZINGEN
MEI 2024**

Campagne voeren met sociale media



ABVV
Algemene Centrale

OPGELET!

Het privéleven en het gebruik van sociale media op de werkplek is bijzonder gevoelige materie. Wees dus altijd voorzichtig. Hou zeker rekening met bepalingen die daarover in het arbeidsreglement van je bedrijf staan en de regelgeving inzake GDPR. Bij twijfel, contacteer jouw vakbondssecretaris. Gedetailleerde informatie vind je op www.gegevensbeschermingsautoriteit.be.

Verwijzingen naar personen hebben steeds betrekking op mannen en vrouwen.

Editie november 2023

Campagne voeren met sociale media



1. **Waarom sociale media gebruiken in je campagne?** p. 5
2. **Welke sociale media?** p. 6
3. **Campagne voeren op Facebook** p. 8
 - I. Je eerste stappen p. 8
 - II. Pagina, groep, of profiel? p. 9
 - III. Het Facebook van elke dag p. 12
 - IV. Reacties opvolgen p. 18
 - V. De pagina bekend maken p. 20
4. **Tools** p. 22
5. **Het ABVV op sociale media** p. 24



1 WAAROM SOCIALE MEDIA GEBRUIKEN IN JE CAMPAGNE?

De procedure voor de sociale verkiezingen van mei 2024 is aan de gang. Dat wil zeggen dat je nu ook werk moet maken van je campagne. Tot voor kort hield dat in dat je voornamelijk affiches en pamfletten maakte en dat je je collega's aansprak.

Maar vandaag staan er heel wat meer middelen tot jouw beschikking.

De Algemene Centrale - ABVV is de meest actieve vakbond op Facebook. Het is dus logisch dat jij ook op die trein springt. Om deze redenen leggen we de nadruk op Facebook, maar wat je hier leest, kan je ook inspireren of helpen om andere sociale media te gebruiken. Deze brochure is een tool om sociale media beter te begrijpen.

Eerst helpen we je verder als je nog niet actief bent op Facebook. We maken je wegwijs in het maken van een profiel en het gebruik van de instellingen. Daarna gaat het over het gebruik van Facebook: wat doe je er wel en niet mee?

Facebook is een uitstekend instrument om in een oogwenk een heel breed publiek aan te spreken. Gebruik het dus, maar spring er wel verstandig mee om.

We wensen je een uitstekende campagne op de sociale media!

2 WELKE SOCIALE MEDIA?

Er is natuurlijk niet enkel **Facebook** als sociale media, er zijn nog populaire netwerken, en het kan geen kwaad na te denken over hun nut. We vermelden kort de populairste alternatieven:



Instagram scoort heel goed bij een jonger publiek (onder 35 jaar). Instagram is goed voor (mooie)

foto's en video's. Koppelingen en lange teksten zijn hier niet gebruiksvriendelijk. Facebook is trouwens eigenaar van Instagram en laat toe een Instagramprofiel aan Facebook te verbinden.



WhatsApp is een applicatie om privéberichten te sturen. Het vervangt stilaan de sms.

Met WhatsApp kan je dus, als mensen jou toelaten als contactpersoon, snel een boodschap versturen. WhatsApp kan strategisch belangrijk zijn, omdat je er heel gemakkelijk een bericht, een foto of een video mee kunt versturen. Je kunt ook een groep of een community (een verzameling van groepen) aanmaken om een bericht naar meerdere mensen tegelijk te sturen.



TikTok is de laatste jaren enorm gestegen in populariteit, vooral bij de jongeren. Hier vind je vooral korte filmpjes terug. Hier vind je een beetje van alles: dansjes, 'how to's', politieke berichten, en allerlei fragmenten vanop tv. Dit netwerk is ideaal wanneer je een jonger publiek wil bereiken met je boodschap.



LinkedIn is ook goed op dreef. In eerste instantie opgericht om professionals met elkaar in contact te brengen, te rekruteren en vacatures te adverteren, wordt het steeds meer gebruikt om ideeën en informatie te verspreiden. Dit sociale netwerk kan ook gebruikt worden om werknemers in bedrijven te groeperen of om een community te creëren.



X (vroeger Twitter) kenmerkt zich door de korte berichtjes (tweets) die je de wereld kunt insturen. Complexe dingen kan je er dus niet uitleggen. Je vindt op Twitter vooral gebruikers met een meer intellectuele achtergrond: politici, opiniemakers, experts, vrije beroepers, academici,... enzovoort. Hier campagne voeren, heeft weinig zin.

Sociale media zijn niet beperkt tot deze kanalen. Dit zijn echter wel de kanalen waarop onze centrale voornamelijk op actief is en jij hebt misschien een voorkeur voor andere kanalen. Wat ook jouw voorkeur heeft, hou je zeker niet in om je campagne daar uit te voeren.

3 CAMPAGNE VOEREN OP FACEBOOK

I. Je eerste stappen

1. Een profiel maken

Als je op Facebook wilt gaan, moet je eerst een persoonlijk profiel maken. Met dat profiel kan je **contacten leggen met vrienden en kennissen**. Op Facebook kan je ook gemakkelijk een pagina maken voor je ABVV-militantenkern of voor jezelf.

2. Je profiel aanpassen

Via je profiel kun je in contact komen met andere Facebook-gebruikers. Je kunt een profielfoto en een omslagfoto toevoegen en informatie over jezelf toevoegen zodat andere gebruikers je beter kunnen leren kennen of dat ze je bij voorgestelde vrienden kunnen vinden. Maar het invullen van deze informatie is niet essentieel. Het hangt allemaal af van hoe je je campagne wilt voeren.

3. Je profiel instellen

Via de optie **“Instellingen en privacy”** in de rechterbovenhoek van je Facebook-profiel kun je een hele reeks dingen met betrekking tot je profiel aanpassen (je Facebook-informatie, je meldingen, enz.). Hier is het ook belangrijk om eens te kijken naar je wachtwoord. Is dit wel veilig genoeg?



TIP: Bedenk een zin waarin ook hoofdletters, cijfers en leestekens voorkomen en gebruik als wachtwoord de eerste letter van elk woord. Met deze zin **“Ik werk bij het ABVV in de Hoogstraat 42!”** krijg je dan bijvoorbeeld dit wachtwoord: **“IwbhAidH42!”**.



II. Pagina, groep of profiel?

Facebook biedt verschillende tools aan om campagne te voeren. Een Facebookpagina, een Facebookgroep, of je eigen profiel. Wij geven een kort woordje uitleg bij deze opties, het is aan jou de keuze. Je kan ze uiteraard ook combineren.

1. Persoonlijk profiel

Als je de enige bent die een campagne voert voor je onderneming, dan kan je uiteraard je eigen profiel gebruiken om jezelf bekend te maken als ABVV-militant. In dat geval gebruik je je eigen naam, terwijl je via een pagina of groep anoniemer bent.

2. Facebookpagina

Bij het creëren van een Facebookpagina voor jouw campagne of die van je syndicaal team, kan het voor je volgers makkelijker zijn om zich aangesproken te voelen en om hun aandacht te trekken.

Pagina aanmaken

- Ga naar pagina's en klik op **"nieuwe pagina aanmaken"**.
- Kies als categorie **"Vakbond"**.
- In het vak **"pagina naam"** schrijf je **"AC-ABVV"** gevolgd door de naam van je bedrijf.
- Je kan een biografie toevoegen waarbij je uitlegt wat je doel is of wat je doet.
- Klik op **"pagina aanmaken"** om te finaliseren.
- De volgende stap kan je aanvullen zoals je wenst, of (voorlopig) overslaan.

... CAMPAGNE VOEREN OP FACEBOOK >

Profielfoto

In het volgende scherm kun je een profielfoto toevoegen aan je pagina. Zorg voor een foto van goede kwaliteit, zo zien je volgers duidelijk om wie of wat het gaat. **Gebruik nooit het logo van je bedrijf, het is niet gebruiksrijk. Zet liever het logo van onze vakbond.**

Omslagfoto

Een omslagfoto verschijnt horizontaal in de bovenstrook van je pagina. Kleinere afbeeldingen worden vergroot, maar dat oogt doorgaans niet zo mooi. Hou er ook rekening mee dat je profielfoto bovenop je omslagfoto komt te staan.



Zoek je inspiratie voor een omslagfoto?

Neem dan eens een kijkje op de Facebookpagina van de Algemene Centrale-ABVV of van het ABVV.

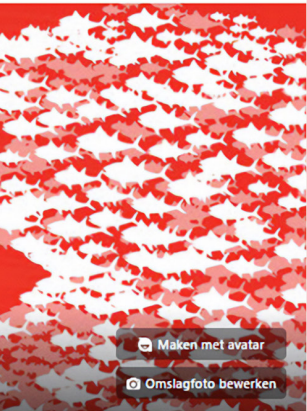
Vergelijk ook zeker het beeld op een smartphone met het beeld van je computer. De zichtbaarheid kan verschillen op beide apparaten.



Vrienden uitnodigen om je pagina te volgen.

Om je pagina effectief te laten zijn, moet hij gevolgd worden. Om dit te doen, nodig je je vrienden uit op je pagina door op de drie kleine puntjes bovenaan je pagina en dan op "vrienden uitnodigen" te klikken.

Als de pagina wordt gedeeld door je vakbondsteam, nodig dan je kameraden uit om hetzelfde te doen. Zodra je je vrienden hebt uitgenodigd, zullen andere collega's zich na verloop van tijd bij de volgers van je pagina voegen naarmate je publicaties worden gedeeld en de reputatie van je pagina groeit.



Promoten Beheren Bewerken



- + Toevoegen aan verhaal
- 👁 Weergeven als
- ✎ Actiekноп bewerken
- 🔍 Zoeken
- 📅 Activiteitlogboek
- ⚙ Instellingen voor pagina en taggen
- ➕ Vrienden uitnodigen
- 👤 Je doelgroep uitbreiden
- 🏆 Topfanbadges beheren
- 🗺 Rondleiding starten



3. Facebookgroep

Als je wilt vermijden dat zo maar iedereen de gesprekken op je Facebook volgt, moet je een Facebookgroep aanmaken. Een groep is eerder voor interne uitwisseling bedoeld, niet voor communicatie met een ruimer publiek. Je kunt als ABVV-delegatie bijvoorbeeld een groep aanmaken wanneer je iets wilt bespreken onder militanten of collega's. Wil je dat zonder pottenkijkers, zet de instellingen van je groep dan op 'Privé'. Een groep werkt het best wanneer alle leden van de groep elkaar ook in het echt kennen.

Goed om te weten: een privégroep kan achteraf niet openbaar gemaakt worden.

III. Het facebook van elke dag

1. Wat werkt op Facebook?

Niet alles wat je op Facebook publiceert, wordt even goed door je fans opgemerkt. Dat komt omdat Facebook aan elke publicatie een bepaald gewicht toekent, afhankelijk van de volgende vier factoren:

- Een publicatie bereikt een groter publiek wanneer hij een *“Vind ik leuk”* of een reactie krijgt van jouw Facebookvrienden, of wanneer hij gedeeld wordt.
- Facebook geeft meer zichtbaarheid aan berichtjes die niet enkel uit tekst bestaan, maar een foto of nog beter een video bevatten.
- Hoe recenter een bericht, hoe hoger het in je tijdlijn verschijnt.
- De tijd die iemand spendeert aan het bekijken van je publicaties speelt eveneens een rol. Als een fan langer naar jouw publicaties kijkt dan naar andere publicaties, dan wordt ook je nieuwe publicatie hoger in de tijdlijn van die fan getoond.

- Publicaties van persoonlijke profielen, ook de publicaties binnen groepen, zijn belangrijker dan publicaties van pagina's. Om een pagina toch meer zichtbaarheid te geven bij andere gebruikers, moeten zij bij de knop *“Volgen”* aangeven dat zij die pagina als eerste willen laten weergeven.

2. Wanneer posten?

Het beste moment om een bericht te posten, is wanneer je fans online zijn. Ze krijgen het dan immers bovenaan hun tijdlijn te zien. Maar hoe weet je wanneer je fans online zijn? Dat vind je terug in je statistieken: onder Publicaties toont Facebook je hoeveel van je fans op een bepaald tijdstip online zijn. Meestal zal je het grootste bereik hebben tussen 19 en 21 uur 's avonds. Goed om te weten: het is mogelijk om je publicaties te programmeren op het moment dat jij dat wenst.



3. Hoe vaak posten?

Het uitbouwen van je profiel op een sociaal netwerk vraagt tijd. Het is belangrijk dat je regelmatig post, maar ook niet te veel, zodat je volgers niet overspoeld worden met informatie met het risico dat ze je pagina ontvolgen. Ideaal is elke dag minstens éénmaal iets te posten, of als dat niet lukt toch om de twee dagen.



Heb je geen inspiratie? Bekijk zeker ook de pagina van de Algemene Centrale-ABVV. Wij publiceren regelmatige nieuwigheden. Je hoeft slechts op de deeknop "delen" te klikken om het ook op jouw profiel of pagina te plaatsen.

... CAMPAGNE VOEREN OP FACEBOOK >

4. Wat posten?

Gedeelde inhoud

Lees je iets interessant op de Facebookpagina van de Algemene Centrale - ABVV? Wees niet bang om het te delen op jouw pagina. Maar je kan zo ook **een publicatie van op een website delen**.

Als je een artikel leest op www.accg.be, kan je de link kopiëren en die plakken in je Facebookvenster in het vak **“Wat wil je zeggen”**. Je kan hierbij eventueel ook zelf een tekstje plaatsen. Vervolgens rest je enkel nog op de knop **“publiceren”** te klikken.

Originele inhoud

Ben je zelf wat creatiever met woord of beeld? Dan kun je eigen teksten, pamfletten, foto's of video's publiceren. Ook een quiz of een peiling wordt aangeboden als een manier om unieke publicaties te maken en zorgt bovendien voor veel betrokkenheid.



5. Wat mag je zeker niet posten?

Wees behoedzaam voor de reputatie van je bedrijf én voor de reputatie van je vakbond! Een samenvatting van de verslagen van de OR of het CPBW goedgekeurd door werkgever en vakbond, kunnen worden gepost. Deze mag echter geen persoonsgegevens (van collega's, directieleden) of vertrouwelijke informatie (bv. financiële gegevens) bevatten en mag het bedrijf geen imagoschade bezorgen. Let hier dus goed mee op! Respecteer het privéleven van leden, collega's en andere betrokkenen en waak erover dat de persoonsgegevens op een vertrouwelijke



wijze en met toestemming worden verwerkt. Maar let op: gevoelige gegevens omtrent afkomst, politieke opvattingen, godsdienstige of levensbeschouwelijke overtuigingen, lidmaatschap van een vakbond, gezondheid, seksueel leven of gerechtelijk verleden mogen in principe niet worden gepost. Op het gerechtelijk verleden na mag je deze gegevens wel verwerken voor publicatie, indien je de schriftelijke toestemming van de collega of werkgever hebt gekregen. **Respecteer de privacy van leden, collega's en andere betrokken personen en zorg ervoor dat persoonlijke gegevens vertrouwelijk en met hun toestemming worden behandeld.**

6. Online ben je tot dezelfde discretie en loyaliteit verplicht als offline

Werknemers hebben het recht op vrije meningsuiting, maar strafbare uitlatingen (valse beschuldigingen of bedreigingen, netwerkvredebreek, cyberpesten, verspreiden van vertrouwelijke gegevens) of berichten in strijd met de deontologische code van het bedrijf kunnen leiden tot arbeidsrechtelijke sancties, en zelfs tot ontslag. Je moet ook het portretrecht respecteren wanneer je een foto, film of tekening post. Je hebt een schriftelijke toestemming van de afgebeelde persoon nodig. Naast de toestemming om een foto te maken, heb je ook de toestemming nodig om die te gebruiken.

... CAMPAGNE VOEREN OP FACEBOOK >

7. Wie kan posten?

Facebookgroep

In een Facebookgroep hangt alles af van je instellingen. De persoon die de groep creëerde kan rollen toedienen zoals administrator aan leden van de groep. Hun verantwoordelijkheid hangt af van de groepsinstellingen: acceptatie of verwijdering van groepsleden, publicatie van berichten en moderatie van opmerkingen (ook acceptatie/verwijdering),...

Je kunt ook andere leden van de groep toelaten publicaties te plaatsen met of zonder toestemming van de beheerders.

Facebookpagina

Een van de voordelen van een Facebookpagina is dat die meerdere beheerders kan hebben. Je kunt dus met meerdere collega's aan je Facebookpagina werken. De eerste beheerder - diegene die de pagina aanmaakte - kan andere collega's toevoegen via Paginarollen. Er zijn vijf verschillende rollen voor mensen die pagina's beheren. Alleen een beheerder kan iemands rol wijzigen. Dat kan bij "**Instellingen**", onder "**Paginarollen**".



8. Posten als pagina

Om iets op je Facebookpagina te kunnen plaatsen, meld je je aan via je persoonlijk account. In de rechterbovenhoek van venster kan je op **“alle profielen bekijken”** klikken. Daar kies je de pagina voor je campagne. Nu kan je publicaties plaatsen onder de naam van je pagina. Je kan er ook instellingen wijzigen. Alle mensen die een rol op je pagina hebben, krijgen deze opties.

IV. Reacties volgen

1. Belang van interactie

Interactie met andere gebruikers is erg belangrijk op Facebook. Sociale media zijn geen eenrichtingskanaal, reacties horen erbij. Hoe meer interactie een bericht uitlokt, hoe zichtbaarder het wordt in de tijdlijn van je fans.

2. Reacties opvolgen

Je kunt makkelijk te weten komen wanneer iemand op een bericht reageert. Rechts bovenaan bij de **“bel”** zie je een cijfer staan om aan te tonen hoeveel reacties er zijn op je berichten. Vlak naast die bel zie je een **“chat”-icoon** staan. Hier komen berichten binnen die enkel voor

jou leesbaar zijn. Het is belangrijk ook te reageren op de berichten en reacties die je ontvangt, zo behoud je volgers.

3. Uitnodigen om te volgen

Op het overzicht van je pagina kan je je eigen publicaties zien. Onder elke publicatie zie je links het aantal **“vind ik leuks”** en rechts reacties en het aantal keer gedeeld. Klik op de **“vind ik leuks”** om mensen uit te nodigen die je pagina nog niet volgen maar je wel al gevonden hebben.



4. Hoe reageren op negatieve commentaar?

Niet iedereen op de sociale media is even aardig voor elkaar. Veel mensen reageren ook ongeduldig. Wees voorbereid op stekelige opmerkingen. Relatieveer ze, en overweeg hoe je er best op kunt reageren. Spam of echt hatelijke of lasterlijke commentaar kun je verwijderen. Maar soms is commentaar ook leerzaam. Ga er dan positief mee om, ga in dialoog. Blijf altijd kalm en beleefd. Want wat je zegt vervliegt, wat je schrijft blijft.



5. Reacties verbergen en gebruikers bannen

Als een commentaar een probleem vormt op je pagina en je ziet het nut er niet van in om erop te reageren, dan kun je ervoor kiezen om de reactie te verbergen. Als de gebruiker over de schreef gaat, kun je hem verbannen van je pagina. De gebruiker kan dan nog steeds de inhoud van je pagina lezen, maar kan er geen interactie meer mee hebben.

6. Wees realistisch

Laat je niet te snel ontmoedigen als interactie uitblijft. Verwacht geen snelle resultaten. Hou vol en blijf publiceren. Onderzoek welke publicaties goed werken en bouw daarop verder.

... CAMPAGNE VOEREN OP FACEBOOK

V. Je pagina bekend maken

Je bent niet de enige die een interessante Facebookpagina heeft. Maak dus bekend dat je op Facebook zit, want vanzelf komt niemand dat te weten. Doe dat zowel online als offline.

1. Online

Nodig je Facebookvrienden uit je pagina leuk te vinden. Je moet Facebook dan wel gebruiken onder je persoonlijk profiel en niet als je pagina. Zorg er dus eerst voor dat je met zoveel mogelijk collega's op je werk Facebookvriend wordt.

Vermeld je Facebookpagina ook in alle andere onlinecommunicatie: op je website of weblog als je die hebt, maar ook in de e-mails die je verstuurt.

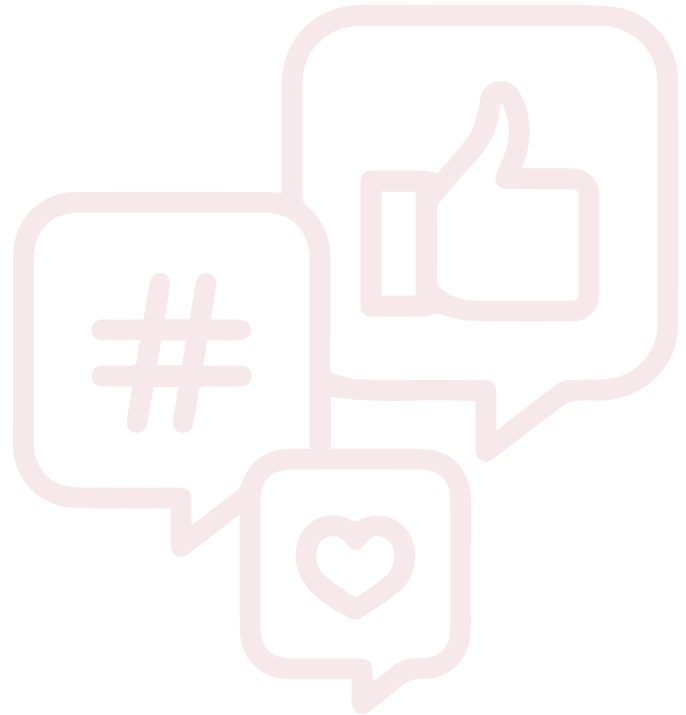
Als je een budget hebt om op Facebook te adverteren, kan je af en toe berichten promoten. Zo bereik je een bredere kring die mogelijk interesse heeft, maar je pagina nog niet volgt bijvoorbeeld. Doe dit echter niet al te veel. De pagina van het syndicaal werk op je bedrijf is niet voor iedereen in je vriendenkring of omgeving relevant!

2. Offline

Maak er ook een gewoonte van je Facebookpagina te vermelden in alle gedrukte communicatie die je verspreidt, zoals in een bedrijfsblad of op een pamflet.

3. Heb geen overdreven verwachtingen

Gebruik nooit één enkel kanaal voor je campagne, Facebook is aanvullend, naast andere communicatiemiddelen. Ga voor een mix van online en offline propaganda. En vergeet vooral niet dat je nog altijd het beste resultaat haalt met het directe contact, het gesprek van mens tot mens.



4 TOOLS

Er zijn verschillende tools beschikbaar op het web om je te helpen met **een mooier beeld te creëren voor je publicaties**. Hier zijn er drie waarvan we denken dat ze erg handig zijn.

Canva

Canva

Als je beslist om zelf publicaties te maken, kan dat met behulp van de gratis website Canva. Hier kan je gebruik maken van templates voor posters, sociale media publicaties, ...

Je kan elke template aanpassen naar je eigen keuze, inclusief kleuren aanpassen, lettertypes, afbeeldingen toevoegen, ...

Je kan ook zelf je creativiteit de vrije loop laten en zelf je eigen ontwerp maken.

www.canva.com





Capcut

Dit is een praktische tool die je helpt bij het monteren van video's. De tool is bovendien gratis. Je kan hiermee je video's makkelijk aanpassen en exporteren, maar ook muziek, filters en ondertitelingen toevoegen.

www.capcut.com



Meta Business Suite

Voor de meer ervaren of avontuurlijke gebruikers brengt Meta Business Suite het beheer van je Facebook-, Instagram- en Messenger-accounts samen op één plek. Met deze tool kun je al je publicaties beheren (organisch of betaald), de interactie aangaan met je publiek en concrete acties uitvoeren om je publicaties te optimaliseren.

business.facebook.com

5 HET ABVV OP SOCIALE MEDIA



Je vakbond op Facebook

facebook.com/accg.abvv

Sectoren van de Algemene Centrale-ABVV

facebook.com/abvvdienstencheques

[abvwbewaking](#)

[abvvkappers](#)

[abvvschoonmaak](#)

[abvwbouw](#)

Het ABVV

facebook.com/vakbond.abvv

[fgtbbruxelles](#)

[rechtenuitzendkracht](#)



Je vakbond op Instagram

instagram.com/abvv.ac

Sectoren van de Algemene Centrale-ABVV

instagram.com/abvvdienstencheques

[abvwbewaking](#)

[abvvkappers](#)

[abvvschoonmaak](#)

[abvwbouw](#)

Het ABVV

instagram.com/vakbond.abvv



Je vakbond op X (Twitter)
*twitter.com/ **ABVV_AC***

Het ABVV

*twitter.com/ **Vakbondabvv**
FGTBBruABVV*



Je vakbond op TikTok
*tiktok.com/ **@abvv_ac***



Je afdeling aan jouw zijde

De campagne is in alle gewestelijke afdelingen gestart en er is geen tekort aan initiatieven:

- vergaderingen met de afvaardiging om de thema's en de strategie van de campagne te bepalen;
- screening van de bedrijven waar sociale verkiezingen georganiseerd moeten worden;
- actieve zoektocht naar kandidaten, evenementen, themaconferenties, bijeenkomsten,...

Tijdens de periode voor de verkiezingen stellen sommige afdelingen een lokaal ter beschikking. Daar kan je kleurenaffiches afdrukken, propagandamateriaal voorbereiden, archieven en documenten doornemen.

Indien je vragen, opmerkingen of hulp nodig hebt, aarzel niet om je secretaris te contacteren.

Een ABVV-kandidaat staat er nooit alleen voor!



V.U.: Werner Van Heetvelde, Algemene Centrale-ABVV, 26-28 Hoogstraat, 1000 Brussel

