

Recensies Tijdschrift voor Coaching november 2014 (deel 1)

di 04 nov 2014

Het social media handboek voor coaches

Fiona Stoop

Uitgeverij Boom/Nelissen, 2014. ISBN 978 90 244 0276 2 NUR 808

Als coach wil ik graag weten wat ik heb aan social media. Het boek begint met basiskennis: LinkedIn is te zien als een vergaderruimte, Facebook als een huiskamer en Twitter is het gedrag bij het koffiezetapparaat. Maar voordat je je profileert moet je eerst nadenken over personal branding: hoe wil je overkomen? Wat is je doel? En je doelgroep? De marketingachtergrond van de auteur is hier duidelijk zichtbaar.

Vervolgens komen de belangrijkste social media aan bod. LinkedIn, Facebook, Twitter, YouTube, Printrest, Google+ en Bloggen. LinkedIn is het zakelijke visitekaartje. Veel professionals zoeken elkaars profiel op voordat ze elkaar zien en je kunt aanbevelingen geven. Zelf zit ik ook op LinkedIn en ik herken wat Stoop schrijft over deze site.

Ik zit niet op Twitter en met de aanbeveling om 1-2x/dag te twitteren, besluit ik dat deze rage aan mij voorbij gaat. Facebook dan: vooral handig als je particulieren en laaggeschoolden als klant hebt. Je kunt een bedrijfspagina maken, maar consumenten zitten volgens Stoop niet te wachten op het liken van bedrijven op Facebook.

Van het hoofdstuk over YouTube leer ik veel: je kunt een profiel aanmaken en filmpjes downloaden, zodat je ze bijvoorbeeld offline in een powerpoint presentatie kunt gebruiken. Skype is handig voor gesprekken (met klanten) op afstand, Google+ moet zich nog verder ontwikkelen. Bloggen kan volgens Stoop veel klanten naar je eigen site trekken, vooral als je op social media zit en linkt naar je blog.

Het laatste deel van het boek gaat over wat je coachee aan social media heeft. Het privacydilemma wordt besproken, net als het zoekgedrag van recruiters: ze kijken op LinkedIn naar je werkervaring en vaardigheden en op Facebook of je past in de cultuur van het bedrijf.

Voor mij is het Social media handboek voor coaches een waardevolle aanvulling op mijn kennis. Bij de volgende versie zou ik graag QR-codes zien. Nu moet je een link letterlijk overtypen. Verder wordt alleen geschreven over bedrijven, maar ik denk dat organisaties een beter woord is. (Semi)overheden, verenigingen en stichtingen maken immers ook gebruik van social media. Met een code is het e-book te downloaden. Dat is lelijk uitgevoerd, soms staat de naam van een hoofdstuk aan het einde van de rechterbladzijde. Het papieren boek is mooier.

Joke Tacoma, psycholoog en loopbaancoach, gespecialiseerd in mensen met een technische achtergrond