

A vibrant blue circular graphic with a central cartoon man looking thoughtful or stressed, resting his chin on his hand. He is surrounded by a ring of social media icons including Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Snapchat, Instagram, Google+, and Pinterest. The entire scene is set against a backdrop of concentric circles and arrows suggesting a cycle or flow. Various other icons are scattered around, such as a target, a lightbulb, a calendar showing '14', a thumbs up, a shield, a speech bubble, a plus sign, a group of people, a mail icon, a watermelon, a globe, a bar chart, a pie chart, a magnifying glass, a sad face, a checkmark, a speech bubble with a heart, a cloud, a lightning bolt, a sand timer, and a grid of small figures. The overall theme appears to be digital connectivity, technology, and perhaps the overwhelming nature of modern communication.

De Social Media Tooling Gids

Ontdek de veelzijdigheid
van social media tools en
word een social business

Waarom een Social Media Tooling Gids?

Het aanbod van social media tools is groot. Het kan lastig zijn om door de bomen het bos te zien en te weten hoe de tools zich van elkaar onderscheiden. Om je op weg te helpen laten we je kennis maken met tien social media tools. Het zijn zeker niet de enige tools die er op de markt zijn, maar wel de tools die veel gebruikt worden door Nederlandse organisaties en die hun kwaliteit bewezen hebben.

De auteurs



Martijn Baart

Social Business Consultant

✉ Martijn.Baart@clockwork.nl
☎ 06-57874116
🐦 [@sandermartijn](https://twitter.com/sandermartijn)
🌐 [sandermartijnbaart](https://www.linkedin.com/in/sandermartijnbaart)



Mart Evers

Social Business Consultant

✉ Mart.Evers@clockwork.nl
☎ 06-20542773
🐦 [@martevers](https://twitter.com/martevers)
🌐 [martevers](https://www.linkedin.com/company/martevers)

Hou je nog grip op je social media-activiteiten?

Naast de traditionele winkels, telefoon en e-mail hebben onder meer Twitter, LinkedIn, Facebook en YouTube in hoog tempo hun eigen plek veroverd als marketing- en contactkanaal voor organisaties. Het voordeel van social media is dat ze een stuk veelzijdiger zijn. In te zetten als marketingkanaal, voor klantenservice, maar ook te gebruiken als databron. Zo kun je bijvoorbeeld eenvoudig bijhouden wat er over jou of over je concurrent wordt gezegd. Of analyseren wat het bereik van een bepaalde social-mediacampagne is.

De veelzijdigheid van social media is tegelijkertijd ook een uitdaging. Want hoe leid je dit alles in goede banen op een manier dat het iets oplevert? Vaak wil je op meerdere platformen aanwezig zijn of data uit meerdere bronnen analyseren. De features die bijvoorbeeld Facebook of Twitter standaard aanbieden zijn daarvoor niet toereikend en werken omslachtig.

De oplossing ligt in het kiezen van een juiste social-mediatool. Daarmee kun je al je social-media-activiteiten op één plaats beheren. Uiteraard investeer je het liefst in een tool die doet wat jij wilt en die past bij jouw organisatie. Maar welke tool is het meest geschikt voor wat je organisatie met social media wil bereiken? Het aanbod van tools is groot en de prijzen variëren. Switchen is lastig en tijdrovend. Of misschien gebruik je al langer een tool, maar voldoet deze niet meer omdat je organisatie, en daarmee ook haar behoeftes, zijn veranderd. Kortom, het is moeilijk om door de bomen het bos te zien.

Om een goede keuze te kunnen maken doorloop je drie stappen. En deze gids helpt je hierbij.

Stap 1 - doelstellingen bepalen

Weet wat je wil bereiken op social media en bepaal wat je moet doen om dit voor elkaar te krijgen. Wil je bijvoorbeeld alleen weten wat er over jou op social media wordt gezegd? Of wil je ook zelf content gaan posten op bijvoorbeeld Facebook? En wil je ook actief vragen van klanten gaan beantwoorden met een webcare-team? Hoe ga je meten of je je doelstellingen hebt gehaald? Aan de hand van je doelstellingen maak je een eerste selectie van tools. Dit is je longlist.

Stap 2 - selectiecriteria opstellen

Zet op een rij aan welke specifieke eisen jouw social media tool moet voldoen cq. welke functionaliteiten je nodig hebt, aan de hand van de doelstellingen die je eerder hebt bepaald.

Stap 3 - knoop doorhakken

Toets de tools op je longlist met behulp van de selectiecriteria. Verwijder tools van je longlist die niet voldoen, om zo tot een shortlist te komen. Maak tenslotte persoonlijk kennis met deze tools om uiteindelijk een keuze te kunnen maken.

Clockwork helpt je bij de eerste kennismaking. Op de websites van de tools vind je ook veel specifieke informatie. Twijfel je uiteindelijk nog tussen een paar tools, dan kun je contact opnemen met de aanbieder van de betreffende tool. Je ontvangt dan extra uitleg en eventueel een demo of proefaccount.

Veel succes!

Stap 1

Wat wil je bereiken?

Er zijn veel aspecten waarop je de tools kunt vergelijken. Welke voor jou belangrijk zijn hangt sterk af van wat je ermee wilt bereiken. Wil je vooral webcare inzetten? Of toch social-mediamarketing? Of wil je weten wat er over je wordt gezegd? Er zijn vier hoofdfunctionaliteiten waarvoor je een tool kunt inzetten:

Monitoring: op een kwalitatieve manier realtime zoeken op keywords uit verschillende bronnen en deze weergeven in bijvoorbeeld timelines of widgets. Je weet zo inhoudelijk wat er over jou of een bepaald onderwerp wordt gezegd.

Analytics: kwantitatieve social metrics uit diverse bronnen visualiseren en analyseren. Denk aan volume, reacties, retweets, shares of sentiment. Je weet zo cijfermatig welke impact een door jou gekozen onderwerp op social media heeft.

Engagement: reageren op berichten die aan jou gericht zijn of waar je in wordt genoemd. Je kunt dit stroomlijnen, met meerdere medewerkers doen en de performance meten. Webcare valt hier onder.

Publishing: content publiceren op je eigen social accounts, eventueel met hulpmiddelen zoals bijvoorbeeld een contentkalender. Advertenties beheren op social media valt hier ook onder.

Als je weet wat je hoofddoelstellingen zijn kun je een eerste selectie maken van tools. Dit resulteert in je longlist.

Functionaliteiten uiteengezet

Iedere betaalde tool in deze gids beschikt over de vier functionaliteiten. Alleen ligt bij iedere tool het zwaartepunt ergens anders. Om te weten waar een bepaalde tool het meest geschikt voor is, hebben we iedere tool beoordeeld op de prestaties en mogelijkheden op deze functionaliteiten. Onderstaand overzicht bevat grotendeels betaalde tools, maar ook twee gratis tools. Clockwork heeft ook twee gratis tools beoordeeld zodat je direct aan de slag kunt en snel een begin kunt maken met je social-mediamanagement.

Ga je echter professionaliseren, dan zul je al snel merken dat het de moeite waard is om in een betaalde tool met de juiste functionaliteiten te investeren.

Hoe is Clockwork te werk gegaan?

Voor het beoordelen van iedere tool heeft Clockwork gesproken met een vertegenwoordiger van de tool. Daarna hebben we gekeken op welke twee van de vier hoofdfunctionaliteiten de tool uitblinkt (monitoring, analytics, engagement en publishing). Uitblinken betekent dat de functionaliteit in deze tool beter is uitgewerkt. Op basis van de gesprekken hebben we van iedere tool beschreven wat de plus- en minpunten zijn, wat het pricing-model is en wat de tools het komende half jaar in petto hebben.

De tools zijn met opzet niet gerangschikt: er is dus geen top-10. Want het hangt van jouw situatie af welke tool voor jou het meest geschikt is. Clockwork helpt je door een beeld te schetsen van de mogelijkheden van de tools. Clockwork is op geen enkele wijze verbonden aan één van de tools en volledig onafhankelijk. Wij streven ernaar om iedere organisatie een tool-advies te geven dat bij hen past. Welke tool dat is, dat verschilt per organisatie. Jij maakt uiteindelijk zelf de keuze!

	Monitoring	Analytics	Engagement	Publishing	
 Coosto	++	+	++	+	Beoordeling door Clockwork: ++ functionaliteit blinkt uit in deze tool + functionaliteit is goed in deze tool
 Media Injection	+	+	++	++	
 Social Studio	+	++	++	+	
 Meltwater	++	+	++	+	
 Buzzcapture	++	++	+	+	Voor de gratis tools geldt ook: -- tool biedt deze functionaliteit niet - tool biedt deze functionaliteit niet in de basis, maar is wel beschikbaar tegen meerprijs
 Komfo	+	+	++	++	
 OBI4wan	+	+	++	++	
 Engagor	+	++	++	+	
 Tweetdeck	+	--	+	+	
 Hootsuite	+	-	+	+	

Stap 2

Aan welke specifieke eisen moet jouw social media tool verder voldoen?

Als je duidelijk voor ogen hebt welke hoofdfunctionaliteiten voor jou het belangrijkst zijn en welke tools jou daarin het meest aanspreken, is het tijd om de volgende stap te zetten: het bepalen van de specifieke selectiecriteria. Je kunt deze eventueel onderverdelen in harde eisen en 'nice-to-haves'. Met behulp van onderstaande vragen kun je bepalen welke deze moeten zijn.

Verdiepende vragen die je jezelf, maar uiteraard ook aan de aanbieders van de tools kunt stellen:

- | Welke bronnen wil ik kunnen monitoren? Alleen sociale media, of ook nieuwssites, fora, radio en tv?
- | Welke talen moeten ondersteund worden? Alleen Nederlands, alleen westerse talen of ook Arabisch, Russisch of Chinees?
- | Wil ik de conversatiehistorie opslaan van de mensen waarmee ik communiceer?
- | Wil ik een koppeling kunnen maken naar andere (crm-)systemen door middel van een API?
- | Wil ik met meerdere personen tegelijk vanaf hetzelfde account kunnen posten?
- | Wil ik kunnen adverteren via de tool?
- | Door middel van welk licentiemodel wil ik betalen voor de tool? Per maand, per account, per gebruiker of per keyword?

De onderzochte tools bieden bijkomende de functionaliteiten en services allemaal in een andere combinatie of op een net iets andere wijze aan. Informeer hier dus goed naar en onderzoek of dit past bij jouw doelstellingen en organisatie.

Stap 3

Maak kennis en hak de knoop door

Je bent nu klaar om de tools op je longlist te toetsen aan de criteria. Met behulp van de beschrijvingen van elke tool in deze gids krijg je al een goede indicatie welke tools voldoen. Je kunt je met behulp van de beschrijvingen van de tools verder verdiepen in de mogelijkheden, plus- en minpunten en prijs. Daarnaast krijg je ook van iedere tool een sneak preview van de ontwikkelingen in de nabije toekomst. Zo zullen er tools afvallen die niet voldoen, de overgebleven tools vormen je shortlist.

We raden je aan om, voordat je een definitieve keuze maakt, contact op te nemen met de aanbieders van de tool. Zij kunnen je specifieke vragen beantwoorden, eventueel een demo verzorgen en een offerte opmaken.

Alle tools die we beschrijven zijn óf door een Nederlands bedrijf gemaakt, óf er is een kantoor in Nederland, óf er is een Nederlandse accountmanager waarmee je contact op kunt nemen. Dit betekent dat je altijd in het Nederlands te woord wordt gestaan en geholpen. Wel zo makkelijk als je vragen hebt of support nodig hebt.



Coosto

Monitoring ++

Analytics +

Engagement ++

Publishing +

Coosto is een allround tool, met de meest uitgebreide functionaliteiten op het gebied van monitoring en engagement. Coosto monitort naast social media ook het open web, Blendle en offline media. Voor radio en tv is wel een aparte module nodig. Je kunt live dashboards en rapportages maken met daarin onder andere sentiment, infleuncer-score en pr-waarde. Je kunt ook alerts instellen en crisissituaties analyseren. Daarnaast kun je content voor verschillende platformen inplannen met de content-kalender. Coosto beschikt ook over webcare-functionaliteit die geschikt is voor grote teams, waarmee je klantcases kunt aanmaken. Coosto biedt ook de mogelijkheid om vragen via WhatsApp te beantwoorden.

Pluspunten:

- Een zoekoptie waarmee je specifiek op leads kunt zoeken in combinatie met de door jou gekozen keywords.
- Een aparte module waarmee je Twitter-profielen (bio's) kunt doorzoeken

Minpunten:

- Er is geen approval flow voor het publiceren van content. Goedkeuring laten geven door een ander is daardoor niet mogelijk.

Prijs:

Verschillende pakketten variëren van € 250 tot € 450 per maand.

Toekomstplannen

De aanbieder van Coosto monitort alle beschikbare social media-kanalen omdat de manier waarop mensen communiceren niet moet uitmaken voor organisaties (visueel of niet visueel, openbaar of besloten of op welk platform dan ook). Al deze data is onderdeel van het 360°-klantbeeld dat organisaties gebruiken om hun customer experience te optimaliseren. Loyaliteit is niet slechts een taak van de afdeling klantenservice maar óók van andere afdelingen: het bereik van een goede marketingpost kan bijvoorbeeld ook relevant zijn voor het klantbeeld. Hierdoor gelooft de aanbieder van Coosto dat organisaties één tool willen voor al hun social media-toepassingen, in binnen- én buitenland.



Media Injection

Monitoring + Analytics + Engagement ++ Publishing ++

Media Injection kent twee social tools: MI Connect en The Next Ad. MI Connect is een social media-managementplatform en The Next Ad is een social advertising-platform. Je kunt MI Connect goed inzetten voor webcare, waarin de hele gesprekshistorie overzichtelijk wordt bijgehouden. Daarnaast kun je met de contentkalender content plaatsen en vooruit plannen op je social media-accounts. Ten slotte zijn er vele rapportage-, dashboard- en narrowcasting-mogelijkheden om van alle vergaarde statistieken overzichtelijke rapportages te maken. Met The Next Ad is het mogelijk om performance en datadriven social-advertising-campagnes te draaien.

Pluspunten:

- Webcare-functionaliteit goed te gebruiken door grote teams en als social CRM.
- Aparte gespecialiseerde tool voor social advertising, met name voor Facebook en Instagram.

Minpunten:

- Is voor online monitoring vooral gericht op de Nederlandse taal (voor social monitoring wel een globale dekking).

Prijs:

MI Connect vanaf € 400 per maand,
The Next Ad vanaf € 99 per maand.

Toekomstplannen:

MI Connect zal nog beter integreren met CRM, ERP en analytics-oplossingen. Daarnaast zullen er uitgebreidere en mooiere rapportages komen en wordt de functionaliteit rond Pinterest en Instagram toegevoegd. De advertentiemogelijkheden van Instagram en Twitter worden toegevoegd aan The Next Ad. Hiermee kunnen marketeers vanuit eenzelfde omgeving één advertentiecampagne over meerdere platformen gaan optimaliseren.



Social Studio

Monitoring + Analytics ++ Engagement + + Publishing +

Social Studio, de opvolger van Salesforce's Radian 6, dekt bijna alle social-platformen (ook de minder bekende), blogs, nieuwssites en rating- en reviewsites, in totaal meer dan 1 miljard. Social Studio kenmerkt zich met name door veel mogelijkheden rond analytics. Het is mogelijk om alle westerse en Aziatische talen en ook Grieks en Russisch te analyseren. Daarom is Social Studio uitermate geschikt voor internationale social analytics. Recent zijn functionaliteiten voor webcare geïntegreerd, hoewel dit nog niet helemaal voltooid is. Dit was voorheen een aparte omgeving.

Pluspunten:

- Zeer veel mogelijkheden voor social analisten.
- Social Studio is van Salesforce waardoor het ook gemakkelijk met dit CRM-platform integreert.

Minpunten:

- De tool is prijzig in vergelijking met andere tools. In combinatie met de meertalige dekking is deze tool misschien het best geschikt voor grotere internationale ondernemingen.

Prijs:

Vanaf € 950 per maand.



Meltwater

Monitoring ++

Analytics +

Engagement ++

Publishing +

Meltwater biedt inzichten in wereldwijde online media. Ze hebben een geïntegreerd platform rondom monitoring, analyse en rapportage van online nieuws en social media. Bovendien kunnen – via partnerships – ook andere vormen van content worden ingeladen, bijvoorbeeld offline inzichten zoals radio en televisie. Webcare en publishing zijn gevat in een aparte teamomgeving. Door middel van feeds van de ene tool naar de andere kun je content klaarzetten voor publicatie of webcare-medewerkers op de hoogte brengen van trending topics.

Pluspunten:

- De intelligente wachtrij berekent wanneer het bereik het grootst is en publiceert automatisch op dat moment.
- Voor publicaties op LinkedIn kunt je instellen welke specifieke doelgroep de publicatie te zien krijgt.

Minpunten:

- Niet voor degene die per se één omgeving wil voor webcare en intelligence.

Prijs:

Pakket op basis van aantal gebruikers en campagnes vanaf €4.500 per jaar

Toekomstplannen:

Na twee jaar intensieve product-ontwikkeling staat Meltwater voor een tweede grote lancering. Deze zomer werd er al een vernieuwd interactief platform geïntroduceerd, nu wordt ook een influencer- en perscontacten database geïntegreerd. De komende tijd zal in het teken staan van het uitbouwen van nieuwe kanalen en type content met de introductie van vernieuwde partnerships. Op deze manier zal het met Meltwater als partner mogelijk zijn om alle vormen van content te monitoren, analyseren en delen.



Buzzcapture

Monitoring ++

Analytics ++

Engagement +

Publishing +

Buzzcapture is helemaal gericht op het monitoren en analyseren van merkreputatie en merkwaarde. Het monitort social kanalen, maar ook nieuwssites, blogs, kranten, radio en tv. Per uiting berekenen ze het sentiment en een influencer impactscore. Door continu te analyseren wat er offline en op social media-kanalen gebeurt krijg je diepe inzichten in jouw merkreputatie. Buzzcapture configureert de dashboards voor je en je kunt ook aan webcare doen via de tool. De tool kan automatisch NPS-surveys uitsturen en sinds kort is ook WhatsApp geïntegreerd.

Pluspunten:

- Team van analisten is inbegrepen bij de service.
- Krijgen nieuwsfeeds eerder dan dat kranten uit zijn.
- Kan lijsten van influencers maken, waarop je kunt analyseren. Heeft standaard lijsten van BN'ers, politici en journalisten.

Minpunten:

- Publishing-functionaliteit is zeer basaal.

Prijs:

Op basis van aantal gebruikers, startend tussen de € 450 en € 700.

Toekomstplannen:

Buzzcapture focust de komende periode op de lancering van een vernieuwde webcare module en het optimaliseren van online/offline bereik.



Komfo

Monitoring +

Analytics +

Engagement ++

Publishing ++

Komfo is een tool die uitermate geschikt is om al je publicaties op social media in goede banen te leiden. Je kunt content inladen, plannen en koppelen aan target audiences. Hierdoor kun je heel gericht publiceren, maar ook adverteren via social media. Je kunt content en reacties taggen (bijvoorbeeld met een campagnetag), waardoor je gemakkelijk met verschillende disciplines kunt samenwerken in de tool. Met name voor campagnes is dit heel handig. Wanneer jouw campagne online staat kun je gemakkelijk engagen met de doelgroep. Met de open API van Komfo kun je alle data die dit oplevert koppelen aan andere (e-mail)campagne- of crm-systemen en vice versa voor een uitgebreid klantbeeld. Dit laatste is met name handig voor webcare.

Pluspunten:

- Werkt samen met Sitecore, waardoor delen van de content en social media integreren op je site gemakkelijker wordt (als deze op Sitecore draait uiteraard).
- UTM-codes worden automatisch toegevoegd aan url's.

Minpunten:

- Monitoring is in beta.

Prijs:

Op aanvraag.

Toekomstplannen:

Twitter ads, Instagram ads en nieuwe analytics, waarmee je beter kunt benchmarken met concurrenten.



OBI4Wan

Monitoring + Analytics + Engagement ++ Publishing ++

OBI4wan is sterk in de combinatie engagement en publishing, vooral op het gebied van reputatiemanagement en crisisbeheersing. Je kunt zelfs een crisis simuleren om je voor te bereiden op verschillende scenario's. De tool is dus ook erg geschikt voor webcare. Ze hebben WhatsApp geïntegreerd. Na een webcare-contact stuurt de tool ook een survey uit om feedback op te halen over uw dienstverlening. De tool dekt alle Nederlandse bronnen op het web, inclusief Blendle, voor monitoring en analytics.

Pluspunten:

- Crisissimulatie.
- Survey om feedback te vragen na webcare-contact.

Minpunten:

- De dekking van buitenlandse sites en social-kanalen, maar op verzoek kunnen deze sites wel worden toegevoegd zodat ze volledig meelopen.

Prijs:

Op aanvraag

Toekomstplannen:

De komende maanden staan in het teken van drie verbeteringen, zo wordt er de laatste hand gelegd aan het social CRM en een API die de mogelijkheid zal bieden een koppeling te maken met de bestaande CRM. Daarnaast zal het aantal buitenlandse sites en bronnen worden uitgebreid (enkele miljoenen). Tot slot staan ook dashboards voor accountstatistieken op de planning, waardoor de accounts die een klant beheert nu per kanaal en account kunnen worden geanalyseerd in een dashboard.



Engagor

Monitoring + Analytics ++ Engagement + + Publishing +

Engagor focust zich vooral op engagement en analytics en richt zich op grote bedrijven met verspreide social media-teams die moeten kunnen samenwerken. Het is mogelijk om uitgebreide SLA's in te stellen voor jouw webcare-team en tot in detail customer care workflows te optimaliseren. Engagor is daarnaast goed in het monitoren en analyseren van de Arabische taal. Heb je vragen, dan kun je in deze tool real-time support van Engagor krijgen.

Pluspunten:

- Sterke focus op social customer service: bedrijven kunnen aan de hand van automations, tagging, SLAs, alerts, reporting en workflows, een uitgebreid overzicht de teamperformance krijgen.

Minpunten:

- De historische data gaan niet ver terug of je moet gegevens aankopen.

Prijs:

De prijs wordt bepaald aan de hand van het aantal streams dat je toevoegt aan je account (social channel of keyword search), het aantal gebruikers en het aantal features dat je nodig hebt.

Toekomstplannen

Engagor focust zich de komende zes maanden op het uitbreiden en optimaliseren van de social customer care features. De social media inbox wordt verder geoptimaliseerd zodat klanten nog efficiënter customer care kunnen aanbieden.

Snelle start

gratis tools

De volgende twee tools zijn gratis te gebruiken om een snelle start met social media-management te kunnen maken. Met de aanbieders van deze tools heeft Clockwork niet gesproken, ze zijn enkel beoordeeld op basis van eigen ervaring.



Hootsuite

Monitoring +
Analytics -
Engagement +
Publishing +

Deze tool is gratis als je hem voor monitoring, publishing en engagement wilt gebruiken. Je kunt aanvullend een pro-account nemen voor analytics, maar die mogelijkheden zijn in verhouding met de andere tools zeer beperkt. Monitoring, publishing en engagement onderscheiden zich niet veel van andere tools. Dat maakt deze tool alleen interessant omdat hij gratis is. De mogelijkheden om de tool in te richten naar een workflow die voor jou goed werkt zijn zeer beperkt. In tegenstelling tot Tweetdeck meet Hootsuite meerdere social-kanalen, bijvoorbeeld ook Tumblr en Instagram.

Pluspunten:

- De tool is gratis en dat is interessant wanneer je weinig budget hebt.

Minpunten:

- De functionaliteiten zijn basaal, maar oké voor een gratis tool. Wilt je jezelf verder professionaliseren dan schiet de tool al snel tekort.
- Een pro-account is niet duur maar levert ook niet veel meerwaarde.

Prijs:

Gratis voor de basisfunctionaliteiten, wil je uitgebreidere functionaliteiten of meerdere accounts, dan moet je betalen.



Tweetdeck

Monitoring +
Analytics -
Engagement +
Publishing +

Tweetdeck is een gratis tool voor monitoring, publishing en engagement op Twitter. Je kunt monitoren op keywords/hashtags, door gevolgde accounts, mentions en activiteit. Je kunt vanuit meerdere Twitter-accounts posten.

Pluspunten:

- Het is gratis.
- Je kunt snel en eenvoudig overzicht in uw Twitter timeline aanbrengen.

Minpunten:

- Biedt slechts basale functionaliteit, er is geen pro-versie waarmee je verder de diepte in kunt.
- Alleen beschikbaar voor Twitter, andere social-kanalen kun je er niet mee bedienen.
- Geen analytics.

Tools om in de gaten te houden

new kid on the block

Als bonus laten we je kennismaken met een van de tools die recent op de markt is gekomen.



Watermelon

Watermelon is een jong bedrijf dat in hoog tempo aan hun gelijknamige tool bouwt. Watermelon is een simpele en goedkope tool om klantenservice via WhatsApp te bieden. Je krijgt van Watermelon een telefoonnummer waar je klanten een WhatsApp naartoe kunnen sturen met de vragen die zij hebben. Watermelon biedt een simpel maar overzichtelijke interface. Je kunt daarin met meerdere teamleden werken, binnenkomende berichten aan elkaar toewijzen en beantwoorden. Daarnaast kun je berichten naar groepen mensen sturen. Watermelon houdt alle gesprekshistorie bij en is te koppelen met je CRM.

Pluspunten:

- Simpel op te zetten en te gebruiken.
Je kunt snel aan de slag.
- De prijs is scherp.

Minpunten:

- De tool is alleen geschikt voor direct messaging.

Prijs:

- Vanaf € 25 ex. btw per maand.

Toekomstplannen:

Binnenkort worden Telegram, Viber en Line geïntegreerd.

Wat is de gemene deler, ofwel: de conclusie

De marktverkenning van Clockwork leert dat alle betaalde tools beschikken over de vier hoofdfunctionaliteiten. Ze blinken alle uit op twee daarvan. Welke twee wisselt per tool.

In deze gids hebben we je kennis laten maken met social media tools. Hopelijk helpt het je bij het maken van een goede keuze. Clockwork helpt je graag bij jouw toolselectie en implementatie van je social-mediastrategie.

Over Clockwork

Wij zijn Clockwork, het Digital Engagement Bureau van Ordina. Wij helpen organisaties toegelaten te worden in het leven van mensen. Wij bedenken, ontwerpen en maken digitale producten en diensten, met in het hart een onderscheidende propositie die het leven van mensen gemakkelijker en aangenamer maakt! We zorgen dat alle radertjes kloppen en dat mensen dit omarmen.

Social business volgens Clockwork

Sociale online interacties worden steeds belangrijker om in contact met je klanten te komen. Mensen vinden een vraag stellen via Twitter tegenwoordig even normaal als de telefoon oppakken. Het verschil is dat ze de vraag niet alleen stellen aan jou, maar aan de hele wereld.

Mensen praten online over je. Vol lof als je écht een 'click' maakt. Benut dit en doe dus online mee! Nodig je klanten uit, maak ze onderdeel van jouw organisatie. Dan helpen ze je graag een handje. Op grote schaal, zodat het bijdraagt aan je bedrijfsdoelstellingen. Beangstigend? Uitdagend!

Realiseer je wel dat wanneer je alle voordelen van online conversaties wilt benutten, dit je hele organisatie raakt. Je moet een social business worden!

Clockwork helpt jou om een social business te worden

Een social business zijn gaat verder dan aanwezig zijn op social media. Clockwork helpt organisaties met het volledig benutten van online sociale kanalen. Of het nu gaat om het bieden van service, het verzamelen van productevaluaties of co-creatie, wij zorgen ervoor dat je dit kunt doen op relevante momenten op het meest passende platform. Zodat dit bijdraagt aan je doelstellingen, bijvoorbeeld verhoging van merkvoorkeur, bereik, conversie en retentie. Clockwork zoekt grondig uit waar, wanneer en waarover je klanten online willen praten. Zowel met jou als met elkaar. Deze rijke en concrete doelgroepinzichten koppelen wij daarna aan je doelstellingen. Dit vertalen wij vervolgens naar concept, design en activatie en wij zorgen dat het werkt binnen jouw organisatie. Dit alles wordt mogelijk gemaakt door technologie die precies doet wat jij verwacht. Het goed benutten van alle online sociale kanalen resulteert uiteindelijk in een hogere klantloyaliteit, innovatiekracht, merkwaarde en kostenreductie.

