

Checklist Facebook-profielen

Inhoudstafel

Omslagfoto of banner	1
Wat moet er op je Facebook-omslagfoto staan?	1
Best practices	1
Enkele goede voorbeelden	2
Hoe?	2
Foto's	2
Bio	2
Links en gegevens	3
Links	3
Je gegevens	3
Instellingen	5
Privéaccount	5
Bedrijfsprofiel	5
Posts pinnen of vastzetten	6

Omslagfoto of banner

Wat moet er op je Facebook-omslagfoto staan?

Ik raad aan om voor één van volgende opties of combinaties hiervan te gaan:

- **Je titel en/of een tagline of slogan** die het resultaat weergeeft, wat idealiter teruggaat naar het kernverlangen van je doelgroep en je missie. Voorbeeld: 'Administratieve VA voor zorgondernemers' en (tagline) 'Ik neem je administratief werk over zodat jij energie hebt voor wat er echt toe doet in je bedrijf.'
- **Belangrijke elementen uit je aanbod**, bv. '1-op-1-traject voor ondernemers' (voor een businesscoach) + de titel of 'logo-ontwerp & brochures' (voor een grafisch vormgever). Je kan daarbij ook een tijdelijke actie en/of praktische details vermelden, bv. een korting die nu loopt, een tijdelijke bonus, een aantal pakketprijzen ... Heb je meerdere zaken die je aanbiedt? Je kan 1, 2 of 3 topics onder elkaar plaatsen, met vinkjes of in een bulleted list.
- **Je vaste non-negotiable weggever**: dit is de beste optie, omdat dit mensen aanmoedigt om snel een actie te ondernemen. Bij mij is dat bv. mijn gratis test.
- Je kan ook gaan voor een **combinatie** van deze elementen.

Best practices

- Bied je vaak tijdelijke acties aan, zoals kortingen, **verander je omslagfoto's** dan navenant. Je kan ook steeds dezelfde informatie gebruiken en enkel het achtergrondbeeld af en toe veranderen, bv. in de zomer een ander beeld gebruiken dan in de winter.

- **Plaats in de comments bij je omslagfoto een link** naar je weggever, een tijdelijke actie, je belangrijkste aanbod ... (afhankelijk van wat er op het beeld staat natuurlijk). Dit vinden mensen dan snel terug als ze op je banner klikken.
- **Maak het niet te druk**, want less is more. Beperk tekst en beelden. USP's, jouw opleidingen, veel details over je aanbod, verschillende foto's van jou ... zijn **hier niet op hun plaats**.
- Werk liefst met een **beeld/achtergrond** dat iets zegt over jou (denk personal branding en je huisstijl).
- Heeft je aanbod een live component, denk aan live coaching, behandelingen ter plekke, winkels ... vermeld in je banner dan eventueel ook **je locatie**.
- **Optioneel: enkele contactgegevens**. Dit zie ik veel in banners, maar eigenlijk is het meestal niet zo nuttig en zelfs storend. Mensen vinden deze info gemakkelijk elders in je profiel. Bovendien moet je weten dat quasi niemand een e-mailadres, telefoonnummer of domeinnaam gaat overtypen die in een banner staat.

Enkele goede voorbeelden

- Eigen voorbeeld, met weggever: <https://www.facebook.com/chloe.deraedt.3/>

- Valérie Picard, met titel + resultaat: <https://www.facebook.com/valerie.picard.31>

- Veronique Prins, met titel en tagline slogan die het resultaat weergeeft:
<https://www.facebook.com/veroniqueprins.nl>

Hoe?

Je kan je banner ontwerpen in Canva. Ga naar 'ontwerp maken' en kies voor 'Facebook omslagfoto'.

Houd er rekening mee dat op gsm-weergave een groot deel van het onderste linkerdeel van je omslagfoto bedekt zal worden door je profielfoto. Focus je daarom op het plaatsen van tekst rechts in het midden. Check uiteraard het resultaat op je gsm en desktop en pas eventueel aan. Wil je dit niet zelf doen? Vraag het gerust aan mij of aan een andere vormgever.

Foto's

Ga je voor je bedrijf communiceren via je privéprofiel? Verwijder oude foto's die niet bijdragen aan je personal brand, of omgekeerd je professioneel overkomen tegenwerken. Denk aan feestfoto's, foto's van jou 20 jaar geleden, foto's in bikini ... De reden is dat oude foto's zichtbaar blijven, linksonder op je profiel.

Bio

Beschrijf kort wat je doet in je bio of profielomschrijving. Klik op 'bio bewerken' om dit aan te passen.

Best practices:

- De Facebook-bio bevat lopende tekst, dus je kan geen enters toevoegen, zoals in de Instagram-bio. Werk daarom met smileys of verticale lijnen, dus |, om zaken van elkaar te scheiden.
- Gebruik kernwoorden en vermijd lange zinnen.
- Bedrijfsprofiel (wat langer dan Instagram, 255 tekens): je hebt hier niet veel plek, dus focus je op je titel, het resultaat van je aanbod, een korte beschrijving van wat je aanbod inhoudt, voor wie, je beste weggever en eventueel ook je kernboodschap.
- Persoonlijk profiel: hier heb je nog minder tekens ruimte (101 tekens), dus focus je enkel op de hoofdzaken, dus je titel en het resultaat met daarin vevat de kern van wat je doet.
- Zorg dat je zeker enkele keywords verwerkt om beter gevonden te worden via de zoekfunctie. Denk aan copywriter, fotograaf, therapeut ...

Links en gegevens

Links

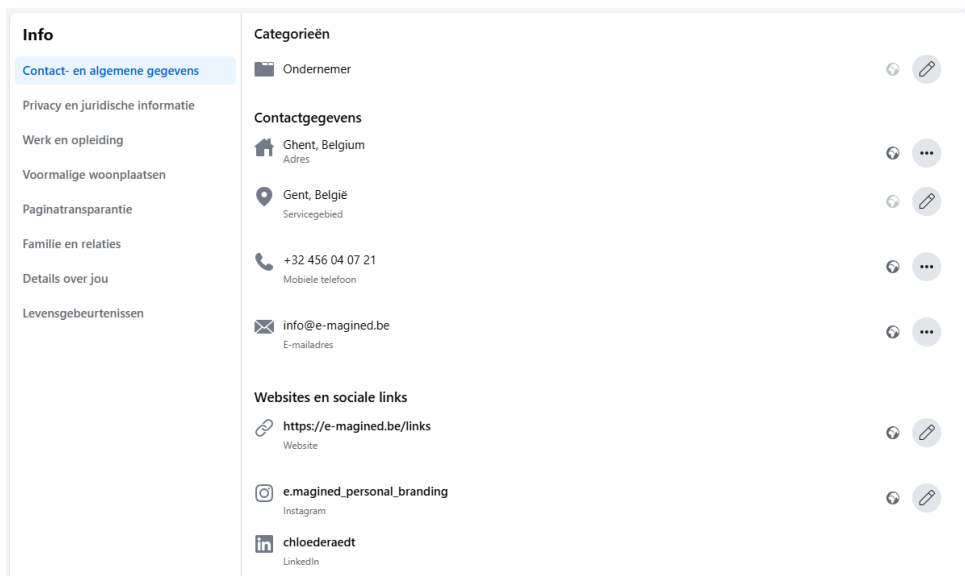
Zowel op je bedrijfsprofiel als op je persoonlijk profiel kan je meerdere links toevoegen. Goede opties:

- een webpagina met linkoverzicht, met bovenaan je beste weggever (vergelijkbaar met Linktree, maar een eigen webpagina maken is een pak beter voor SEO). Voorbeeld: <https://e-magined.be/links>
- een link naar je contactpagina
- een link naar je belangrijkste aanbod of een overzichtspagina waarop je verschillende aanbiedingen/pakketten/trajecten staan
- je Instagram- en/of LinkedIn-profiellink

Je gegevens

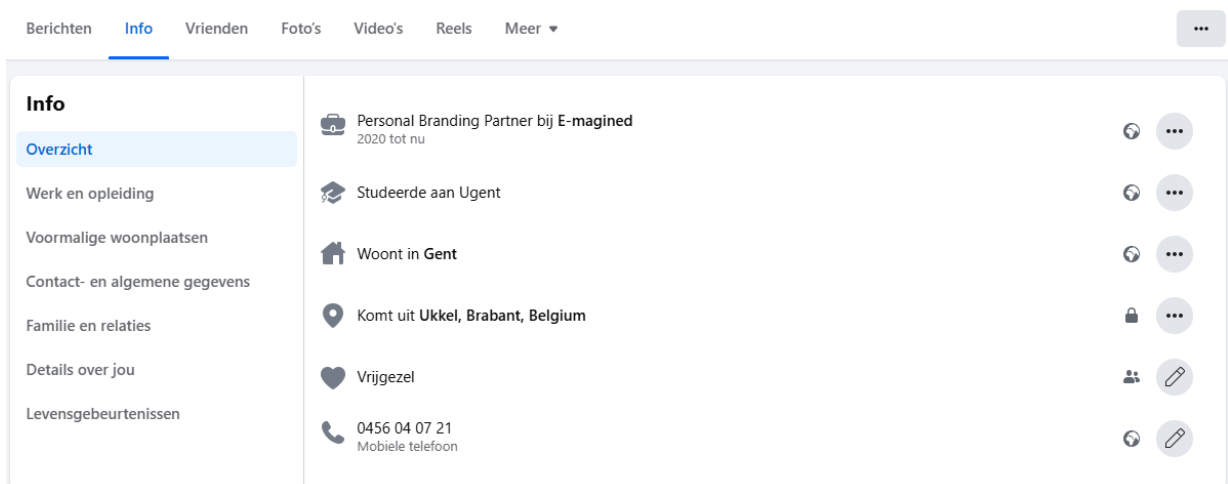
Voeg alle relevante gegevens toe aan je bedrijfsprofiel. Klik op 'gegevens bewerken' en dan linksonder op 'je gegevens bewerken' (zie screenshot hieronder).

- Voeg je e-mailadres, locatie en telefoonnummer toe.
- Vink bij 'prijsklasse' best 'niet van toepassing' aan, tenzij je graag een bepaalde prijsklasse wilt toevoegen.
- Stel je servicegebied in op de dichtstbijzijnde grote stad, zeker als je in een klein dorp woont.
- Stel als categorie een relevantie optie in, bv. ondernemer.
- Selecteer relevante diensten. Ik heb bv. 'online lessen' aangeduid.
- Vink 'Recensies op je pagina toestaan' aan. Later kan je vragen aan ex-klanten om je een review te geven via je pagina. Het aantal reviews en je score wordt nu weergegeven op je profiel.
- Je kan ook je openingstijden aanpassen, indien relevant.
- Voeg werkervaring en/of opleidingen toe, als dit je autoriteit kan versterken en ze iets te maken hebben met wat je nu aanbiedt.
- Stel je oprichtingsdatum in, als je dit interessante info vindt voor je volgers.



Voeg alle relevante gegevens toe aan je privéprofiel. Klik op 'gegevens bewerken' en dan linksonder op 'je gegevens bewerken' (zie screenshot hieronder).

- Voeg je e-mailadres, locatie en telefoonnummer toe.
- Voeg je locatie toe bij 'huidige woonplaats'. Als je in een dorp woont dat quasi niemand kent, dan kan het een goed idee zijn om de dichtstbijzijnde grote stad te selecteren. Zo word je sneller gevonden.
- Vink bij volgers eventueel 'gevolgd door ... personen' aan. Nu kan iedereen zien hoeveel personen je account volgen.
- Voeg je titel en bedrijf toe onder 'werk en opleiding'. Selecteer je Facebook-bedrijfspagina als 'werkgever'. Voeg ook andere werkervaringen en/of opleidingen toe (van vroeger), als dit je autoriteit kan versterken en relevant is voor wat je nu doet.



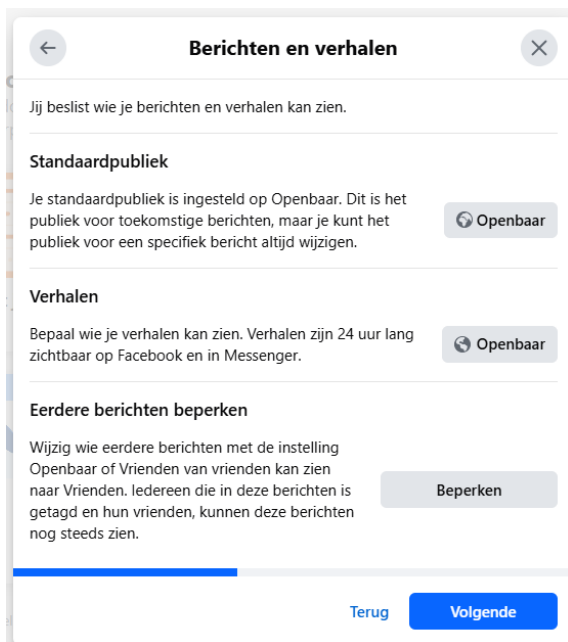
Instellingen

Check je instellingen op beide profielen. Zorg vooral dat je alles op 'openbaar' zet, zodat niet enkel je vrienden en volgers je kunnen vinden en je content kunnen zien.

Privéaccount

Hoe? Ga naar 'privacy en instellingen' > 'instellingen':

- Klik links op 'privacycontrole' en 'wie kan zien wat je deelt'. Doorloop dan de stappen. Zorg dat alle info op openbaar staat, zoals je telefoonnummer, 'werk', je e-mailadres ... Duid ook aan dat iedereen je posts en verhalen kan zien door hieronder voor 'openbaar' te kiezen:



- Klik links op 'privacycontrole' en 'hoe mensen je kunnen vinden op Facebook'. Duid bij 'wie kan je vriendschapsverzoeken sturen' 'iedereen' aan.
- Klik links op 'Reels'. Kies bij 'wie kan je Reels zien' voor 'openbaar'.
- Klik op 'volgers en openbare inhoud' en kies bij 'wie kan me volgen' voor 'openbaar'. Alle andere opties kan je ook op 'openbaar' zetten, bv. 'wie kan je volgers op je tijdelijk zien'.
- Klik links op 'profiel en taggen' en zorg dat 'anderen toestaan om je berichten te delen in hun verhalen?' aangevinkt is.

Bedrijfsprofiel

Hoe? Ga naar 'privacy en instellingen' > 'instellingen':

- Klik links op 'hoe mensen je kunnen vinden en contact met je kunnen opnemen' en vink alles aan.
- Klik links op 'berichten' en zorg dat 'wie kan je toekomstige berichten zien?' op 'openbaar' staat.

- Klik links op 'verhalen' en zorg dat 'wie kan je verhalen zien?' op 'openbaar' staat en dat alle andere zaken aangevinkt zijn.
- Klik links op 'Reels'. Kies bij 'wie kan je Reels zien' voor 'openbaar'.
- Klik op 'volgers en openbare inhoud' en kies bij 'wie kan me volgen' voor 'openbaar'. Alle andere opties kan je ook op 'openbaar' zetten, bv. 'wie kan je volgers op je tijdslijn zien'.
- Klik op 'Pagina en taggen' en stel dit in:

Wie kan berichten op je pagina plaatsen?

Wie kan zien wat anderen op je pagina plaatsen?

Anderen toestaan om je berichten te delen in hun verhalen?

Als je een openbaar bericht maakt, kan iedereen op Facebook het delen in een verhaal. Als je iemand tagt in een bericht, kan deze persoon het delen in diens verhaal. Het verhaal bevat dan je volledige naam en een link naar je bericht, en het is 24 uur lang zichtbaar. Zij beheren wie het kan bekijken.

Toestaan dat anderen recensies op je pagina kunnen bekijken en plaatsen?

Recensies zijn openbaar, hebben invloed op je beoordeling en kunnen niet worden verwijderd. Je kunt op elk moment je beoordeling en bestaande recensies op je pagina verbergen en voorkomen dat mensen nieuwe recensies plaatsen.

Tags en impliciete vermeldingen

Wie kan berichten waarin je bent getagd op je pagina zien?

Dit bepaalt ook wie je tabblad Vermeldingen kan bekijken.

Wie kan het tabblad Fans op je pagina bekijken?

Het tabblad Fans bevat content waarin je bent getagd en die je naam bevat.

Controleren

Tags controleren die mensen toevoegen aan je eigen berichten voordat de tags worden weergegeven op Facebook?

Vergeet niet dat wanneer je een tag goedkeurt, de persoon die is getagd en zijn/haar vrienden je bericht kunnen zien.

Berichten waarin je bent getagd eerst controleren voordat het bericht wordt weergegeven op je pagina?

Hiermee kun je alleen beheren wat er wordt weergegeven op je pagina. Berichten waarin je bent getagd, worden wel weergegeven in zoekresultaten, het nieuwsoverzicht

Posts pinnen of vastzetten

Pin bovenaan de pagina van zowel je privéaccount als je bedrijfsprofiel een of meerdere posts vast waarin mensen je energie kunnen voelen. Denk aan een filmpje, waarin je sterke tips geeft of jezelf even voorstelt. Ook een post over je hoofdaanbod kan je pinnen. Zo kan iedereen die op je profiel komt meteen informatie vinden over je belangrijkste aanbod.

Hoe? Klik rechtsboven in de post die je wilt vastzetten of pinnen op de drie puntjes en kies voor 'bericht vastzetten'.