

# Optimaliseren van het online imago van jouw gemeente

Door: Rens Dietz (Coosto)

*Het sociale web biedt gemeenten een onuitputbare bron aan potentiële kennis en ideeën die voorheen niet beschikbaar was. De meeste gemeenten beseffen dat via het sociale web veel mogelijk is en zien ook dat sociale media nieuwe uitdagingen met zich meebrengen.*

Er wordt echter nog weinig aandacht besteed aan het actief monitoren van sociale media. Door te zien wat er speelt in de samenleving en deze inzichten op de juiste manier te gebruiken, zouden gemeenten de kloof tussen overheid en burgers kunnen verkleinen. Want waar mensen hun mening laten horen, groeit de behoefte om gehoord te worden.

## Sociale media monitoring

Onder sociale media monitoring wordt verstaan: het volgen van de 'online buzz' rondom een merk, bedrijf, organisatie, individu of beleid. Gemeenten kunnen op deze manier zien hoe er over de gemeente wordt gedacht en welke discussies er spelen. Zijn mensen enthousiast over het College van B&W? Wat zit mensen in de gemeente dwars?



Purdy

6 augustus om 15:03 via BlackBerry · 🌐

ik haat het gemeentehuis amstelveen!! wat een trieste mensen zeg MIJN GOD!!! echt niet t doen!!!



Paul

Geen stem naar @D66 in Deventer namens mij, hele trieste wethouder!

Al hoor je bij deze vorm van monitoring alleen van mensen die actief zijn op de sociale media, vanwege de enorme hoeveelheid berichten heb je de beschikking over een additionele pool van waardevolle informatie.

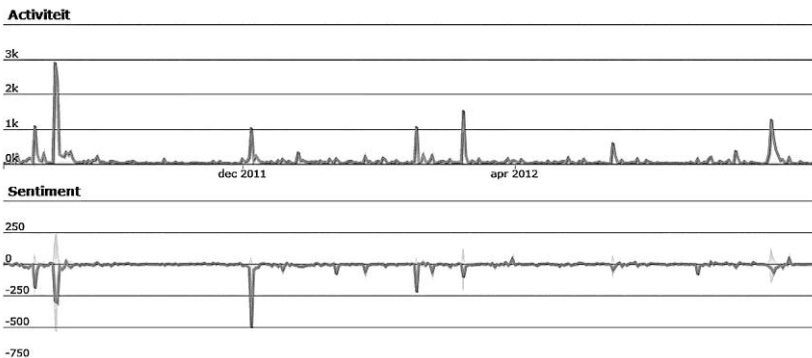
## Hoe te vertalen in actie

Steeds meer gemeenten en andere overheidsinstellingen richten een webcare-afdeling in omdat ze de berichtgeving willen managen en daar

waar nodig willen reageren. Dit kan een prima manier zijn om vragen te beantwoorden, mensen te bedanken voor een compliment of te reageren op mensen die een klacht hebben. Met de groeiende activiteit op sociale media wordt het echter steeds lastiger om deze berichtenstroom te managen. Daarbij is het lastig trends te ontdekken in de stroom berichten. Een sociale media monitoring tool kan hierbij helpen.

### *Case 1: Burgemeester Aleid Wolfsen (Utrecht)*

De Utrechtse burgemeester Aleid Wolfsen is regelmatig in opspraak. In Coosto is zichtbaar dat in het afgelopen jaar vier pieken zijn geweest in de hoeveelheid berichten rondom de burgemeester: op 8 september 2011 over het vernietigen van documenten, op 5 december 2011 over voetbalrellen, op 9 maart 2012 omdat Diederik Samsom zich over hem had uitgelaten en op 25 juli 2012 omdat hij niet terug kwam van vakantie toen asbest werd ontdekt in Utrechtse woningen. In één oogopslag is zichtbaar over welk voorval het meest werd gesproken en met welk sentiment.



### *Case 2: Zonnepanelen in de gemeente Nijmegen*

De gemeente Nijmegen maakte in april 2012 bekend dat zij een proef wil doen met particuliere zonnepanelen op daken van de gemeente Nijmegen. In augustus kwam in het nieuws dat de zonnepanelen erg gewild zijn. Kijkend naar de Trending Topics van de “Gemeente Nijmegen” werd direct duidelijk dat het onderwerp bepalend is voor de beeldvorming van de gemeente. Ook werden vrijwel alle berichten over deze proef als ‘positief’ geïnclassificeerd.



Kortom, door het sociale web te monitoren, wordt de mening van de burger in één oogopslag duidelijk. Het behoeft geen uitleg dat deze informatie enorm waardevol is voor gemeenten. Op de blog van Coosto staan meer praktijkvoorbeelden en een whitepaper *'Samenleven met Sociale Media'* *Waarom ook de overheid naar sociale media moet luisteren.*

### Zoekopdrachten optimaliseren

Het staat buiten kijf dat het online web een schat aan informatie biedt. Het is echter wel van belang dat je bij het monitoren van sociale media de relevante info uit de grote berichtenstroom weet te halen. Dit kan eenvoudig zijn: als bijvoorbeeld iemand in Nederland over Coosto praat, gaat het altijd over ons bedrijf. Het wordt ingewikkelder als bijvoorbeeld de gemeente Buren wil weten wat er speelt in hun gemeente. Dan krijg je al snel te maken met ruis, zoals de onderstaande tweets:



**Daisy** Omg een van onze burens heeft scooter gereden zonder rijbewijs en die heeft nu een boete van 340 euries!! #jezus



**Bart**  
10 augustus om 9:45 in de buurt van Heeze, Noord-Brabant · 🌐

28 september zijn wij er bij, Armin van burens in Disneyland parijs. Heb gister kaarten gewonnen via radio 538

Het is dus de kunst om uit de grote brij aan informatie datgene te halen dat voor jouw gemeente van belang is. Hiervoor biedt Coosto

verschillende oplossingen. In de onderstaande alinea's licht ik enkele van deze oplossingen toe met "Gemeente Buren" als voorbeeld.

Als je begint met zoeken op burens vind je gemiddeld zo'n 50.000 berichten per maand, terwijl over gemeenten met ongeveer hetzelfde inwonersaantal (Oisterwijk, Dinkelland, Ermelo, Langedijk, Waddinxveen) een kleine 3.000 berichten per maand verschijnen. Het is dus nodig om de resultaten te verfijnen.

Een mogelijkheid die Coosto hierin biedt is het gebruik van phrases in je zoekopdracht. Denk bijvoorbeeld aan "gemeente burens". Een andere mogelijkheid is het gebruik van een zogenaamde OR-operator. Met de zoekopdracht gemeente OR stad OR dorp OR gem burens zoekt Coosto naar berichten waar naast het woord 'Buren' ook één van de woorden 'stad', 'dorp', 'gemeente' of 'gem' voorkomt. Daarnaast is het mogelijk om op hoofdletters te zoeken. In het voorbeeld van de gemeente Buren is dit zeker waardevol. Er zijn echter nog altijd veel mensen die over hun burens praten met een hoofdletter en daarnaast zal niet iedereen de plaatsnaam keurig met een hoofdletter schrijven. De genoemde oplossingen zorgen voor goede resultaten, niet iedereen op sociale media zal netjes het woordje "gemeente" toevoegen aan een bericht over Buren.

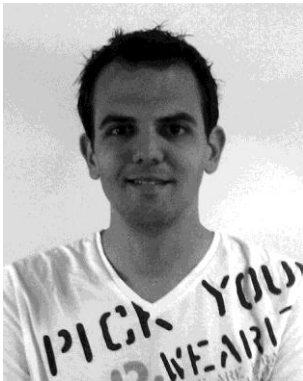
Het uitsluiten van woorden is een volgende stap die zinvol kan zijn. Met Coosto zien we bijvoorbeeld dat er maandelijks zo'n 200 berichten met daarin Armin Buren verschijnen (verwijzend naar de DJ Armin van Buuren). Het is dus verstandig om dit soort woorden uit te sluiten van de zoekopdracht. De meeste vervuiling zit hem in persoonlijke verhalen van mensen, bijvoorbeeld "mijn burens zetten de muziek hard" of "jouw burens klagen". Door naast enkele woorden ook phrases uit te sluiten, kan een grote stap worden gezet naar schone resultaten. Een mogelijke zoekopdracht wordt dan: burens -armin -"de burens" -"onze burens" -"mijn burens" -"je burens". Door te kijken naar de zogenaamde trending topics (woorden die vaak voorkomen in combinatie met je zoekopdracht) kan je gemakkelijk vaststellen welke woorden je zou moeten uitsluiten. De trending topics "kat van burens" of "muziek" kunnen zo probleemloos opgespoord en uitgesloten worden.

Een volgende functie die handig is bij het optimaliseren van een zoekopdracht is het gebruik van wildcards. Vaak wordt er geklaagd over burens die 's nachts lawaai maken. Dit zal op verschillende manieren duidelijk worden gemaakt. Woorden als "vannacht", "nacht", "'s nachts", "nachtelijk" worden hierbij vaak gebruikt. Met Coosto is het mogelijk om al deze woordvarianten in één keer uit te sluiten door de

volgende zoekterm te gebruiken **buren** -\*nacht\*. Wat tevens kan helpen is het gebruik van een tilde (~) om spel-, grammatica- en tikfouten of internationale woorden te ondervangen. Zijn het bijvoorbeeld lawaaige buren of lawaaierige buren? Dit soort problemen worden met het gebruik van een tilde opgelost: **buren** –“lawaaig~ buren”.

Kortom, het samenstellen van de perfecte zoekopdracht is deels mensenwerk, maar Coosto heeft verschillende features die je helpen om dit gemakkelijker en sneller voor elkaar te krijgen. Met Coosto kun je een zoekopdracht volledig finetunen naar jouw behoeften. Ook zijn auteurs en bronnen eenvoudig uit te sluiten. Door te kijken naar de trending topics met Coosto zie je in één oogopslag of je zoekopdracht genoeg is geoptimaliseerd. Door al deze technologie is het monitoren van sociale media voor iedereen toegankelijk geworden!

---



Rens Dietz is, sinds de afronding van de studie Bedrijfscommunicatie & Digitale Media aan de Tilburg Universiteit, samen met collega Maartje Verbakel verantwoordelijk voor de marketing en communicatie bij Coosto. Eén van onze doelen is om zoveel mogelijk mensen in aanraking te laten komen met de tool.

Coosto is een sociale media monitoring en webcare tool. Het spiderd meer dan 375 duizend bronnen en biedt de data overzichtelijk en volledig aan. Hierdoor is het eenvoudig om de online ontwikkelingen rondom iedere gemeente te onderzoeken. Daarbij krijg je niet alleen een beeld van de stand van zaken, maar ook van de ontwikkeling in de tijd. Via de webcare-integratie behoud je zelf de regie over alles wat er op het sociale web over jouw gemeente wordt gezegd.

Twitter: @Coosto  
Website: Coosto.nl  
Twitter: @RensDietz