



Boost je bereik en engagement met employee advocacy

Behaal sneller bedrijfsdoelstellingen op het gebied van marketing, sales, HR & recruitment



Inhoudsopgave

1. Over Apostle	3
2. Benut het menselijk kapitaal in jouw organisatie	3
3. De aanpak: Social Reach Optimization (SRO)	4
4. Marketing & sales Wat zijn de voordelen van SRO en hoe verdien je de investering snel terug? Groei sneller dan je concurrenten en activeer je salesafdeling met een onderscheidende social selling aanpak.	5
5. HR & Recruitment Benut de kracht van persoonlijke netwerken om je werkgeversimago te versterken en nieuw personeel aan te trekken.	6
6. Legal & IT Lees meer over de voorwaarden van onze SaaS-overeenkomst, Apostle's GDPR compliance en hoe we gegevens verwerken.	7
7. Referenties	8



Over Apostle

Apostle Social is jouw partner in het transformeren van medewerkers en partners (zoals retailers, franchisenemers en dealers) tot de drijvende krachten achter jouw succes op social media. Sinds onze oprichting in 2012 richten we ons op het moeiteloos versterken van merken door middel van authentieke, door medewerkers gegenereerde en gedeelde content. Met onze geavanceerde software en bewezen SRO-methodiek (**Social Reach Optimization**) helpen wij marketeers hun organisaties te laten groeien op social media, wat bijdraagt aan verbeterde verkoop, marketing en recruitment.

Onze software, ontwikkeld in samenwerking met het Cialdini Institute en gebaseerd op gedragswetenschap, stelt je team in staat om eenvoudig werkgerelateerde content te delen op hun persoonlijke socialmediaprofielen, waardoor het bereik en de impact geleidelijk toenemen. Beheer al je socialmedia-activiteiten moeiteloos via ons intuïtieve dashboard en profiteer van de uitgebreide mogelijkheden van ons SRO Framework.

Met meer dan 1400 klanten in meer dan 20 landen, biedt Apostle de expertise en tools die je nodig hebt om te slagen in het huidige socialmedialandschap. Of je nu de zichtbaarheid van je merk wilt vergroten, je doelgroep wilt betrekken of meetbare resultaten wilt behalen, Apostle staat je bij elke stap bij. Ontdek hoe onze innovatieve oplossingen jouw bedrijf kunnen laten groeien en helpen je doelen te bereiken.

Benut het menselijk kapitaal in jouw organisatie

Actieve merkambassadeurs ervaren vaak een diepgaande binding met zowel de organisatie waar ze werken als met hun collega's. Deze betrokkenheid versterkt het menselijk kapitaal van de organisatie. Door hun rol als ambassadeurs voelen ze zich niet alleen verbonden met de missie en waarden van het bedrijf, maar ook met het bredere doel dat de organisatie nastreeft. Ze worden een integraal onderdeel van de merkidentiteit en voelen trots om deze identiteit uit te dragen.

De samenwerking binnen het merkambassadeursprogramma versterkt eveneens de band tussen collega's en draagt bij aan het menselijk kapitaal. Doordat ze gezamenlijk werken aan het promoten van de organisatie en haar boodschap, ontstaat er een gevoel van saamhorigheid en teamwork. Dit gevoel van gezamenlijke inzet draagt bij aan een positieve werkomgeving en stimuleert onderlinge samenwerking, wat op zijn beurt het menselijk kapitaal van het bedrijf verder versterkt.



De SRO methode

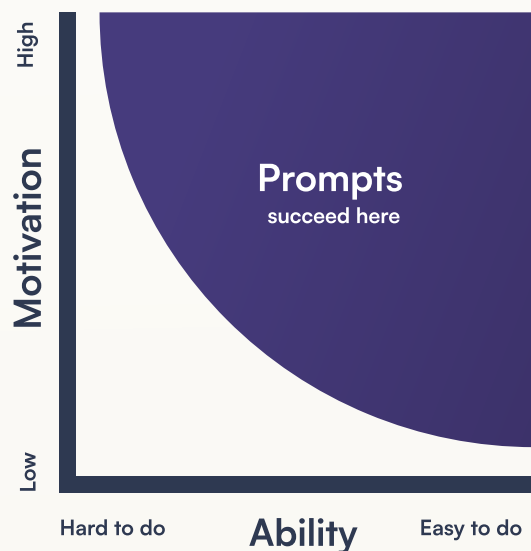
Wat is Social Reach Optimization (SRO)?

Social Reach Optimization is naast SEO, SEA en social advertising een marketing methode om je organische bereik te vergroten door merkambassadeurs te activeren op social media en zo bedrijfsdoelen te behalen op het gebied van marketing, sales, HR en recruitment. Door persoonlijke en branded content strategisch te verspreiden in het netwerk van je merkambassadeurs vergroot je het organische bereik, betrokkenheid bij jouw organisatie of merk en trek je meer leads, klanten en sollicitanten aan.

Binnen SRO vormt de marketingafdeling het vertrekpunt voor jouw merkambassadeursprogramma. Door van alle andere afdelingen collega's te betrekken als merkambassadeurs vergroot de interne binding en worden bedrijfsdoelen gezamenlijk en efficiënter behaald.

Met SRO maak je van jouw medewerkers betrokken merkambassadeurs

Het **Behavior Change Model van B.J. Fogg** geeft inzicht in de werking van gedragsverandering en stelt dat er 3 factoren nodig zijn om gedrag te laten plaatsvinden, namelijk: motivatie (M), ability (A) en een prompt (P) [zie bijlage 1.1]. Ook om merkambassadeurs te activeren op social media, zijn deze 3 factoren essentieel. Uit onderzoek blijkt dat 67% van jouw betrokken collega's al gemotiveerd (M) is om werkgerelateerde posts te plaatsen op social media [zie bijlage 1.2]. Door medewerkers ook te faciliteren met employee advocacy software en een activatieprogramma wordt het heel gemakkelijk om posts te plaatsen op hun socialmedia-accounts (A). Met notificaties (P) activeer je ze om een voorgestelde post te delen.



Fogg Behavior Model



Wat zijn de voordelen en hoe verdien je de investering terug?

Marketing & Sales

Algoritmes verlagen het organische bereik en de engagement op LinkedIn bedrijfspagina's

Social media kanalen zijn opgezet met de intentie om peers met peers te laten communiceren, daarnaast beperken de algoritmes het bereik van bedrijfspagina's, zodat organisaties meer investeren in dure advertenties. Door de algoritmes hierop aan te passen hebben bedrijfspagina posts een lager online bereik en betrokkenheid (2-7%) [zie bijlage 1.3] dan persoonlijke posts (25-30%) [3a]. Daarbovenop, vertrouwt 92% van de mensen berichten uit hun persoonlijke netwerk meer dan bedrijfspagina posts.

Online advertenties worden steeds duurder

Gemiddeld stijgen de prijzen van digitale advertenties met 45% [zie bijlage 1.4]. Steeds meer marketeers verschuiven daarom een deel van het advertentiebudget naar Social Reach Optimization. Hiermee boost je het organisch bereik van jouw organisatie zonder extra advertentiebudget uit te geven.

Social media berichten verspreiden naar collega's kost veel tijd

Verspreid en post samen met je collega's tot wel 71% sneller dan je gewend bent (onderzoek Apostle, augustus 2023). Middels efficiënte employee advocacy software van Apostle faciliteer jij jouw collega's om gemakkelijk en snel werk-gerelateerde content te plaatsen op social media.

Reposten is ineffectief

Het reposten van bedrijfspagina berichten resulteert in 10-15% minder views dan andere vormen van engagement op een post, zoals een comment [zie bijlage 1.5]. Posts geplaatst op persoonlijke kanalen realiseren gemiddeld 5x meer engagement dan posts geplaatst op bedrijfspagina's [zie bijlage 1.6]. Wanneer jouw collega's zelf een bericht plaatsen op hun persoonlijke social media-account is de engagement dus hoger en groeit je bereik tot wel 561%! [zie bijlage 1.7]

Advertenties zijn minder effectief door advertentiemoedigheid en de hoge competitie

Leads die binnenkomen via merkambassadeurs converteren tot 7 keer sneller [zie bijlage 1.8]. Daarnaast creëren organisaties die bezig zijn met social selling via merkambassadeurs meer kansen. Zij behalen tot wel 51% waarschijnlijker hun salesdoelen [zie bijlage 1.9].

Koude acquisitie is minder effectief geworden

Laat je sales reps en andere collega's relevante berichten plaatsen, zodat er meer interactie ontstaat met prospects [zie bijlage 1.9], een belangrijk onderdeel binnen de salesfunnel. Zo weten prospects en klanten jou te vinden in plaats van andersom.



HR & Recruitment

Lastigere werving door krapte op de arbeidsmarkt

76% van de werkzoekenden vindt een baan via hun persoonlijke netwerk [zie bijlage 1.10]. Bovendien, komer er via de socialmediakanalen van je medewerkers 10x meer inschrijvingen binnen voor vacatures dan via traditionele kanalen [zie bijlage 1.11]. Jouw medewerkers hebben vaak een zeer relevant netwerk. Die ene oud-collega, studiegenoot of kennis zou zomaar jouw volgende potentiële kandidaat kunnen zijn.

Hoe onderscheid je je werkgeversimago van je concurrenten?

Door regelmatig in beeld te komen bij je doelgroep via social media met branded en authentieke content omtrent employer branding, zorg je voor een sterker werkgeversimago. Hierdoor heb je 50% meer kans op inschrijvingen [zie bijlage 1.5]. Daarnaast overweegt 84% van de werkzoekenden van baan te wisselen als het werkgeversimago van een ander bedrijf beter is [5].

Het wervingsproces duurt erg lang

Met actieve merkambassadeurs die regelmatig werk-gerelateerde content posten over het bedrijf, ontvang je tot 69% sneller inschrijvingen op vacatures [zie bijlage 1.5].





Hoe veilig is de software?

Legal & IT

Lees meer over de voorwaarden van onze SaaS-overeenkomst, Apostle's GDPR compliance en gegevensverwerking.

Onze SaaS (Software as a Service) overeenkomsten vertegenwoordigen een wettelijk bindend contract tussen Apostle als softwareleverancier en u als gewaardeerde klant. Dit contract legt de regels vast rondom het softwaregebruik en omvat doorgaans aspecten zoals de reikwijdte van de dienstverlening, betalingsvoorwaarden, contractduur en de verplichtingen van beide partijen. Ook worden zaken zoals software-onderhoud en -ondersteuning, bescherming van intellectueel eigendom en de omgang met gegevens en persoonlijke informatie behandeld.

GDPR

Leer meer over Apostle's GDPR compliance en hoe we gegevens verwerken.

[Lees meer](#)

Verwerkersovereenkomst

Overeenkomst gegevensverwerking waarin voorwaarden voor het verwerken van persoonlijke gegevens en de borging van privacy worden uiteengezet.

[Lees meer](#)

Algemene voorwaarden

Deze overeenkomst beschrijft de voorwaarden tussen Apostle en de klant voor het gebruik van ons SaaS platform.

[Lees meer](#)

Privacybeleid

Lees hoe Apostle persoonlijke gegevens verzamelt, gebruikt en beschermt en welke rechten gebruikers van Apostle hebben met betrekking tot hun persoonlijke informatie.

[Lees meer](#)



Referenties

- [1]. Fogg, B. J. (2009). A behavior model for persuasive design. Proceedings of the 4th International Conference on Persuasive Technology. doi:10.1145/1541948.1541999
- [2] Kang, M., Sung, M. (2016) How symmetrical employee communication leads to employee engagement and positive employee communication behaviors. Journal of Communication Management.
- [3] Just Connecting. (2021). LinkedIn Algorithm Research September 2021 Edition 3.1. Retrieved from: <https://www.slideshare.net/RichardvdBlom/linkedin-algorithm-report-3rd-edition-2021-v1>
- [3a] Bron, J., Van der Drift, J., & Visser, B. (2022, 30 mei). Onmisbaar in je socialmedia-strategie: employee advocacy. Frankwatching. Retrieved from: <https://www.frankwatching.com/archive/2022/05/30/employeeadvocacy-social-strategie/>
- [4] Buckingham-Jones, S. (2021). The great digital ad price hike: Google and Facebook prices climb 1000% in some sectors, 45% on average. MI3. Retrieved from: <https://www.mi-3.com.au/16-08-2021/draft-digital-adprices-rocket-skyward-forcing-social-spend-re-think>
- [5]. Tisdell, K. (2021). Sharing isn't caring: Why you shouldn't share posts on LinkedIn. LinkedIn. Retrieved from: <https://www.linkedin.com/pulse/sharing-isnt-caring-why-you-shouldnt-share-posts-linkedin-tisdell/>
- [6] Walker, C. (2023). Personal LinkedIn Profiles Outperform Company Pages with 5x More Engagement. Refine Labs. Retrieved from: <https://www.refinelabs.com/news/personal-linkedin-engagement-vs-company-page>
- [7] The Marketing Advisory Network. (2017). 2017 Employee advocacy impact study. Retrieved from <https://static1.squarespace.com/static/61d5b04870d87553016c78a3t/6205e04dc6de0d481c0c2347/1644552271204/FINAL-Advocacy-Research-Report.pdf>
- [8] Sociabble. (n.d.) 10 Stats that Prove the Impact of Employee Advocacy. Retrieved from <https://www.sociabble.com/blog/10-stats-impact-employeeadvocacy/>
- [9] LinkedIn. (2016). State of Sales in 2016. Retrieved from: <https://business.linkedin.com/content/dam/me/business/en-us/sales-solutions/resources/pdfs/linkedin-state-of-sales-2016-report.pdf>
- [10] LinkedIn. (n.d.). The Ultimate List of Employer Brand Statistics. For Hiring Managers, HR Professionals, and Recruiters. Small to Mid-sized Business Edition. Retrieved from: https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en_us/c/pdfs/ultimate-list-of-employer-brand-stats.pdf
- [11] LinkedIn (n.d.). The Ultimate List of Hiring Statistics. Retrieved from https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en_us/c/pdfs/Ultimate-List-of-Hiring-Stats-v02.04.pdf