

door **Suzanna Timmer**, auteur | 29 mei 2014, 14:54 in Carriere PR/campagnes PR & Reputatie  
social influencers Patrick Petersen



Deze exclusieve content is met je gedeeld door Maarten Hafkamp

## Social influencers in 3 vragen, Patrick Petersen



Wie zijn de 'social influencers' en wat kun je van ze leren? Derde in een serie, Patrick Petersen.

Ook bekend als Online Marketeer, auteur van marketingboeken, spreker, docent en blogger. Volgende week verschijnt zijn nieuwe boek 'Handboek Online Conversie'. Hij spreekt dan ook op [MARCOM 2014](#). Heeft 13.400 volgers op [@OnlineMarketeer](#).

### Wat is het belangrijkste dat je je volgers wilt meegeven?

'Ik wil mijn volgers mee laten kijken met mijn story. Niet op een narcistische manier, maar met het doel samen het vakgebied op een mooier niveau te tillen. Mijn story als praktiserend online marketeer en vooral de belevingen die daarbij komen kijken, kunnen wellicht tot inspiratie leiden. De story is een mix van een diversiteit aan werkzaamheden, ervaringen en belevingen. Van een presentatie bij een klant tot een optreden op een event en het schrijven van een boek. Alles vergezeld van visuele belevingen, video's, openheid, maar ook stellingen en gezonde Twitter-discussies over bijvoorbeeld de plek van contentstrategie binnen online marketing. Daarbij zo eerlijk mogelijk de ervaringen delen en de learnings optekenen die het vakgebied met zich meebrengt. Ik wil een goede mix brengen van leren en

lachen. Bij het oprecht delen van je ervaringen ontstaat er een leertraject waarbij je de gehele crowd op een natuurlijke manier betreft. Niet alleen bouw je zo je netwerk uit op een natuurlijke manier, maar stimuleer je ook gevallen van crowdsourcing en co-creatie. Daarbij wil ik wel de kanttekening maken dat het overdreven open opstellen ook zijn nadelen kent. Openheid is kwetsbaarheid en dus ben je een gemakkelijke prooi.'

### **Van welke van jouw lessen kunnen communicatiemensen echt iets leren?**

“Bij de moderne vormen van bijvoorbeeld (social) PR staan de flexibiliteit en het organische effect voorop. De ontvanger wordt zender en die twee zijn steeds vaker gelijkwaardig aan elkaar. Paid wordt veel owned en nog meer earned media. Nieuwe generaties laten zich niet zomaar waardeproposities opspelden. Je moet je credits verdienen en de voelsprietten moeten overgevoelig zijn. Daarbij is social influence van grote invloed. Die moderne influence is voor veel traditioneel opgeleide communicatieprofessionals nog te vaak een zwakke factor bij het communicatiebeleid. De learning moet zijn dat de angst om de regie kwijt te raken vervangen moet worden door lef. Lef om fouten te maken op een menselijke manier. De communicatiecultuur moet om!”

### **Welke social pr ‘goeroe’ volg je zelf en waarom?**

‘Ik ben persoonlijk niet zo van de goeroes. Omdat de disciplines in hoog tempo in elkaar overlopen (zoals communicatie, PR, voorlichting en social media) ontstaat er telkens een nieuwe momentopname van learnings. Veel respect heb ik voor Natasha Koifman, Brian Solis en Seth Godin. Deze mensen betekenen veel voor het vakgebied. Zij brengen oude communicatiewaarden in een juist perspectief en kunnen nuchter van de oude wijn nieuwe zakken maken. Solis weet al jaren met zijn visuals de ontwikkeling van het vakgebied helder in kaart te brengen. Godin doet rake uitspraken en prikt door veel onzin heen. Koifman deelt met passie de doorontwikkeling van PR en de invloed die social media daarbij heeft. De storytelling rondom haar bureau is de ultieme social PR-opleiding. Veel Nederlandse communicatiebureaus lijken haar pad te volgen.’

googleplus

Email

<http://www.communicatieonline.nl/nieuws/social-influencers-3-vragen-patrick-petersen?sharehash=sl>

## **Reacties op dit artikel (0)**

---

**Log in** of **registreer** om reacties te posten

Gerelateerde items [social influencers](#) [Patrick Petersen](#)

---



Suzanna Timmer

**Social influencers (8) Remco Janssen: ‘De meeste tweeps lullen maar wat’**



Suzanna Timmer

**Social influencers (7) Jos Govaart: ‘Met ons gedrag op sociale media verander we de PR-branche’**

Suzanna Timmer

**Social influencers in 3 vragen, Corinne Keijzer**