

Interview met digital manager Stéphan Lam: 'Eerst de mens, dan het product'

Het sociale gezicht van Microsoft

**SOCIAL
MEDIA
WEEK**

ROTTERDAM

22-26 SEPTEMBER, 2014

GET INVOLVED.

AEBEL OBI4WAN nrcQ UNITED R A U W cc
SOCIAL MEDIA OP Z'N ROTTERDAMST

Softwaregigant Microsoft is op ontdekkingsreis. Het bedrijf probeert hartstochtelijk de filosofie van The Conversation Company in de praktijk te brengen. Digital manager Stéphan Lam geeft zijn visie op de socialmedia-aspiraties van Microsoft Nederland. Hij is eind september te zien en horen als spreker tijdens Social Media Week Rotterdam.

Social Media Week Rotterdam

22 t/m 26 september 2014

Locatie: De Raotterdam,
Wilhelminakade 137

(o.a. in hotel nhow Rotterdam)

Koop nu uw VSP of Week Passes via
Socialmediaweek.org/rotterdam/attend

Meer informatie:

Socialmediaweek.org/rotterdam

Contact: rotterdam@socialmediaweek.org

Twitter: @SMWRotterdam

Facebook: facebook.com/SMWRotterdam

Stéphan Lam is één van de twee digital managers bij Microsoft Nederland. Zijn domein: de socialmediastrategie. Eind jaren negentig maakte hij de beginperiode van het internet van dichtbij mee. Sindsdien is het internet ingrijpend veranderd.

Het hart winnen van je doelgroep

“Nu zijn crowdfunding en de cloud al bijna normaal en ligt de focus op mobiel bij alles dat wordt ontwikkeld. De grootste verandering op internet, daar heeft volgens mij social media voor gezorgd.” Microsoft Nederland streeft naar werken volgens het principe van *The Conversation Company* van Steven van Belleghem. Volgens dit managementboek is een Conversation Company een zeer klantgerichte organisatie die medewerkers en klanten inzet als ambassadeurs, handelend vanuit een strategisch kader. “Dit idee past perfect bij de filosofie van Microsoft. Onze visie is: ‘Haal het beste uit je leven met onze technologie’. Daar willen we onze klanten graag bij helpen. Het is dus belangrijk om met hen in gesprek te gaan, niet alleen via social media maar ook offline. Onze marketing- en salesmanagers moeten ook op de juiste manier met klanten in contact zijn.”

De waarde van social

De toegevoegde waarde daarin van social kan niet ontkend worden, hoewel deze lastig in geld is uit te drukken, zo beaamt Lam. “Maar wel in een bepaalde mate van engagement. Wij geloven dat social wel degelijk bijdraagt aan onze business. Vijfennegentig procent van wat we nu doen via social media is erop gericht het hart te winnen van onze doelgroep. Als je die kanalen honderd procent inzet op selling, dan raak je klanten kwijt.”

Consumenten bepalen het succes

Van social media verwachten mensen veel, misschien wel té veel. Het fenomeen wordt zowel overschat als onderschat, bemerkt Lam: “Social media is niet het gouden ei, het is niet de oplossing voor alles. Social media gaat over mensen, dat blijft de kern en dát aspect wordt juist onderschat. Voor nu en de toekomst is dat een essentieel gegeven. Doelgroepen bepalen uiteindelijk of iets een succes wordt of niet. Denk maar aan Hyves.” Microsoft is misschien daarom heel benaderbaar geworden. Je stelt je vraag via Facebook en krijgt snel een reactie. Ogenscheinlijk was het een organisatie die jarenlang de deuren dichthield voor de consument. “We waren altijd al benaderbaar, maar dan telefonisch. Via social media gaat het veel sneller. We zijn wel transparanter aan het worden, dat is een proces waar we ons middenin bevinden en dat onderdeel uitmaakt van een groter geheel. Het Nieuwe Werken is een opstap geweest om de trotse verhalen van intern naar buiten toe te vertellen. Het delen van onze verhalen, maar ook die van anderen, wordt steeds makkelijker door social media.”

Grote verscheidenheid aan sprekers

Stéphan Lam is één van de ruim honderd sprekers tijdens Social Media Week. Tijdens zijn sessie worden de hobbels en hoogtepunten van de weg naar Conversation Company gedeeld. Geen succesverhaal, maar een verslag van wat ze leren en tegenkomen. Hij houdt daarom van sprekers die zelf met hun ‘poten in de modder hebben gestaan’. Die zijn er voldoende: “Er is veel diversiteit en dat zal aansluiten bij alle soorten publiek. Uiteraard ga ik zelf ook het evenement bezoeken en ik verwacht dat Rotterdam een week lang extra gaat bruisen eind september.”



Stéphan Lam
Digital Manager consumer/social strategist
M&O bij Microsoft Nederland

Lid van de Advisory Board van Social
Media Week Rotterdam

Zesde twitteraar van Nederland: @slam