

Communicatieoplossing

Doelen = Het doel is om Vriend te helpen om op de juiste manier de juiste klanten te bereiken via de sociale mediakanalen het rendement van de winkel omhoog te krijgen.

Doelgroepen = De doelgroep van Vriend is erg breed. De sneakers en kleding is voor mensen die graag sportieve mode dragen voor zowel jong als oud.

Positionering = Vriend Sneakers en Fashion in Meppel positioneert zich als een trendy sport- en modewinkel met een breed assortiment aan sneakers, casual schoenen, en merkkleding voor heren, dames, en kinderen. Ze richten zich vooral op klanten die waarde hechten aan kwaliteit en stijl.

Boodschappen = Vriend legt veel nadruk op de persoonlijke ervaring in de winkel, waar klanten als “vrienden” worden behandeld. Deze persoonlijke aanpak versterkt de band met de lokale gemeenschap en bouwt aan klantloyaliteit.

Middelen = Vriend maakt gebruik van sociale media, zoals Instagram en Facebook, om in contact te komen met hun doelgroep en hun nieuwste producten en acties te promoten.

Strategie: Vriend maakt gebruik van sociale media, zoals Instagram en Facebook, om in contact te komen met hun doelgroep en hun nieuwste producten en acties te promoten. Ze posten 1 keer per week, vaak op maandag. De dochter Jeroen beheert dit naast haar studie. Vanuit de winkel worden foto's aangeleverd waar zij de content van maakt.

Social media

Instagram is een populaire social media-app dat zich richt op het delen van visuele content, zoals foto's, video's en korte video's genaamd reels. De doelgroep van Instagram zijn vooral de mensen tussen de 16-40 jaar.

- *Reel cover*: door gebruik te maken van een omslagfoto bij je reels krijg je een beter uitziende feed dat volledig aansluit op het merk en een professionele uitstraling geeft. Door een aantrekkelijke reel cover kan de nieuwsgierigheid van gebruikers worden opgewekt en hen aansporen om op je reel te klikken. De video's zijn snel en gemakkelijk te zien.
- *This or that Instagram story*: door gebruik te maken van this or that story's kunnen mensen interactief meedoen en worden volgers op een leuke manier betrokken bij de content. Het concept is simpel: je geeft je volgers de keuze tussen twee artikelen die worden verkocht in de winkel. De ene foto is de this en de ander foto is de that. Op deze manier laat je de volgers kiezen welke van de twee zij het leukst vinden door een van de twee opties aan te klikken. Hierdoor heb je niet alleen interactie met je volgers, maar weet je ook wat zij leuk vinden. Zo kun je de rest van je communicatie hierop aanpassen.

- *Story highlights*: op Instagram kun je gebruik maken van het posten van story's die na 24 uur verdwijnen. Op deze manier kun je spontane content posten waarbij je de volgers betrokken houdt. Bovendien kun je story's opslaan in highlights op je profiel, zodat belangrijke content permanent zichtbaar blijft. In de story's kun je plaatsen over onderwerpen zoals: “over ons”, “Behind the scenes”, “Producten” of “Reviews”.
- *Consistente posting en planning*: plaats regelmatig content, zodat je volgers betrokken blijven en nieuwe volgers makkelijker vinden. Maak een contentkalender om je posts vooruit te plannen en consistent te posten, bijvoorbeeld 3 keer per week.
- *Analyseren van posts*: als je een bericht plaatst op Instagram kun je inzicht krijgen op het bereik en de interactie van de post. Via deze manier kun je inzicht krijgen welke posts je kunt herhalen en welke posts niet het resultaat geven die je als merk wil bereiken.
- *Optimaliseer je bio*: de Instagram-bio is de eerste indruk die bezoekers van je profiel krijgen. Je bio moet pakkend, informatief en aantrekkelijk zijn, zodat mensen begrijpen wie je bent en wat je doet. Gebruik krachtige en korte zinnen om direct aandacht te trekken. Voeg een call-to-action toe. Zorg ook voor contactgegevens en een link naar je website of webshop, zodat bezoekers gemakkelijk verder kunnen klikken. Eventueel kan er ook gebruik worden gemaakt van emoji's en hashtags om je bio visueel aantrekkelijk en vindbaar te maken.
- *Storytelling*: door storytelling effectief toe te passen op Instagram, kun je een merk op een krachtige manier overbrengen, dat zorgt voor meer betrokkenheid en connectie met je volgers. Gebruik bij Instagram een tone of voice die past bij de doelgroep van 16-40 jaar.

Hoe haalbaar zijn de veranderingen in tijd:

Reel cover

- Korte termijn (1-3 maanden): ontwerp aantrekkelijke en merk gebonden omslagfoto's voor elke reel die je plaatst, zodat ze visueel opvallen in je feed. Dit verhoogt de kans dat volgers op je video's klikken en vergroot de professionele uitstraling van je profiel. Maak gebruik van kleuren en stijlen die consistent zijn met je merkidentiteit.
- Middellange termijn (3-6 maanden): evalueer welke omslagfoto's de meeste interactie en betrokkenheid genereren. Gebruik deze inzichten om je ontwerpstrategie aan te passen en toekomstige covers te optimaliseren. Test verschillende stijlen en formatieve elementen om te bepalen wat het beste resoneert met je doelgroep.
- Lange termijn (6-12 maanden): breid de creatie van reel covers uit naar een serie die seizoensgebonden of thematische elementen bevat. Zoals feestdagen of nieuwe collecties. Dit houdt de content fris en relevant voor je volgers. Overweeg ook om gebruikersfeedback te verzamelen om de effectiviteit van je covers verder te verbeteren.

this or that Instagram story

- Korte termijn (1-3 maanden): implementeer wekelijks “this or that” Instagram stories waarin volgers de keuze krijgen tussen twee van jouw producten. Dit stimuleert interactie en betrokkenheid met je doelgroep op een speelse manier. Maak gebruik van aantrekkelijke visuals om de aandacht van de kijkers te trekken.

- Middellange termijn (3-6 maanden): analyseer de resultaten van de “this or that” stories om te zien welke producten het meest populair zijn. Gebruik deze inzichten om je aanbod aan te passen en toekomstige campagnes te optimaliseren. Overweeg ook om thema’s toe te voegen, zoals ‘outfits voor speciale gelegenheden’ om de interesse te vergroten.
- Lange termijn (6-12 maanden): breid het concept uit naar andere formats, zoals polls of quizen, om de betrokkenheid verder te verhogen. Integreer deze interactieve elementen in je bredere contentstrategie om een sterke community te creëren. Evalueer regelmatig de impact en pas het format aan op basis van gebruikersfeedback.

Story highlights

- Korte termijn (1-3 maanden): begin met het creëren van story highlights die belangrijke informatie over je merk, zoals “Over ons”, “Producten” en “Reviews” bevatten. Dit maakt het voor nieuwe volgers eenvoudig om inzicht te krijgen in wat je merk te bieden heeft. Gebruik aantrekkelijke coverafbeeldingen die passen bij de stijl van je profiel.
- Middellange termijn (3-6 maanden): breid je story highlights uit met seizoensgebonden of thematische content, zoals speciale evenementen of nieuwe collecties. Zorg ervoor dat deze highlights regelmatig worden bijgewerkt om relevant te blijven. Analyseer welke highlights de meeste interactie genereren om te bepalen welke informatie het meest waardevol is voor je volgers.
- Lange termijn (6-12 maanden): overweeg het toevoegen van highlights die klantenervaringen en testimonials bevatten om sociale bewijskracht op te bouwen. Deze authentieke content kan helpen om het vertrouwen van nieuwe klanten te winnen. Blijf de highlights optimaliseren op basis van veranderende trends en feedback van volgers.

Consistente posting en planning

- Korte termijn (1-3 maanden): stel een contentkalender op om regelmatig te posten, bij voorkeur drie keer per week. Dit helpt om een consistente aanwezigheid op Instagram te waarborgen en houdt volgers betrokken. Experimenteer met verschillende soorten content om te zien wat het beste werkt.
- Middellange termijn (3-6 maanden): evalueer de prestaties van je geplande posts en pas je kalender aan op basis van wat de meeste interactie genereert. Blijf trends en seizoensgebonden evenementen in de gaten houden om je content aan te passen. Maak gebruik van tools voor planning om je processen te stroomlijnen en tijd te besparen.
- Lange termijn (6-12 maanden): verfijn je strategie door je posts te baseren op geanalyseerde gegevens over de betrokkenheid en groei. Introduceer nieuwe contentformaten, zoals live-sessies of IGTV-video’s, om variatie te bieden. Monitor voortdurend de effectiviteit van je posts en pas je planning hierop aan voor optimale resultaten.

Analyseren van posts

- Korte termijn (1-3 maanden): begin met het regelmatig analyseren van de prestaties van je posts om inzicht te krijgen in welke content de meeste interactie genereert. Gebruik Instagram Insights om gegevens zoals bereik, likes en reacties te monitoren. Deze informatie helpt je om je contentstrategie aan te passen.

- Middellange termijn (3-6 maanden): evalueer trends in de gegevens om te begrijpen welke soorten content en tijdstippen de beste resultaten opleveren. Pas je strategie aan op basis van deze analyses, en focus op de content die het meeste betrokkenheid oplevert. Overweeg om ook de prestaties van stories en reels op te nemen in je evaluatie.
- Lange termijn (6-12 maanden): blijf je analysemethoden verfijnen en zoek naar nieuwe manieren om je inzichten te benutten, zoals het testen van verschillende contenttypes. Deel de bevindingen binnen je team om de algehele strategie te verbeteren. Creëer een cultuur van continue verbetering door regelmatig feedback van volgers te vragen.

Optimaliseer je bio

- Korte termijn (1-3 maanden): zorg ervoor dat je Instagram-bio duidelijk, aantrekkelijk en informatief is, zodat bezoekers meteen begrijpen wie je bent en wat je doet. Voeg relevante keywords, contactgegevens, en een link naar je website toe. Dit maakt een goede eerste indruk op nieuwe volgers.
- Middellange termijn (3-6 maanden): evalueer de effectiviteit van je bio en pas deze aan op basis van feedback van volgers en de prestaties van je profiel. Overweeg om seizoensgebonden elementen of actuele aanbiedingen op te nemen in je bio om relevant te blijven. Experimenteer met verschillende call-to-actions om de betrokkenheid te verhogen.
- Lange termijn (6-12 maanden): houd je bio actueel door deze regelmatig te vernieuwen op basis van nieuwe collecties of campagnes. Analyseer welke wijzigingen in je bio de meeste impact hebben op het aantal klikken naar je website. Blijf de bio optimaliseren voor de beste resultaten en om de merkidentiteit te versterken.

Storytelling

- Korte termijn (1-3 maanden): begin met het ontwikkelen van een consistente storytellingstrategie die aansluit bij de interesses van je doelgroep van 16-40 jaar. Gebruik visuele elementen en een herkenbare tone of voice om je merkverhaal krachtig over te brengen. Plaats content die de waarden van je merk reflecteert en de aandacht van volgers trekt.
- Middellange termijn (3-6 maanden): integreer storytelling in al je posts en reels om een emotionele connectie met je volgers op te bouwen. Deel authentieke klantverhalen en ervaringen om de betrokkenheid te vergroten. Evalueer regelmatig welke verhalen het beste aansluiten met je publiek en pas je aanpak aan waar nodig.
- Lange termijn (6-12 maanden): breid je storytelling uit met langere formaten, zoals IGTV-series of samenwerkingsprojecten met influencers die jouw merkwaarden delen. Blijf investeren in je authentieke en inspirerende content die het merkverhaal versterkt. Monitor de impact van je storytelling op de betrokkenheid en merkloyaliteit, en pas je strategie aan op basis van de resultaten.

Evaluatie van de impact:

Door deze strategieën op korte, middellange en lange termijn toe te passen, kan Vriend Fashion en Sneakers zijn aanwezigheid op Instagram effectief vergroten en de betrokkenheid van volgers versterken. Het is belangrijk om evaluaties uit te voeren zodat alles kan worden geoptimaliseerd op basis van data en feedback om de strategie te verfijnen, vooral voor reels, highlights en storytelling.

Facebook

Facebook is een populair social media platform waar mensen met elkaar kunnen communiceren, informatie delen en verbindingen kunnen maken. Facebook biedt ook mogelijkheden voor bedrijven om te adverteren en hun producten of diensten te promoten. De meeste gebruikers zijn tussen de 25 en 65 jaar oud.

- *Content aanpassen aan de doelgroep van Facebook:*
De doelgroep op Facebook is over het algemeen wat ouder als op andere sociale mediakanalen zoals: TikTok en Instagram. Het is daarom belangrijk om de content hierop af te stemmen. Vriend kan Facebook als platform gebruiken om diepgaande en interessante informatie te delen die aansluit bij de leeftijd die op Facebook is te vinden. Specifieke voorbeelden van wat Vriend Fashion op Facebook kan posten zijn bijvoorbeeld: stylingtips en outfitsinspiratie voor verschillende gelegenheden of informatie over hoe je de kleding goed onderhoudt, denk bijvoorbeeld aan tips voor het wassen en strijken van specifieke stoffen.
Door hier goed op in te spelen kan Vriend Fashion de betrokkenheid vergroten en een sterke relatie opbouwen met hun volgers op Facebook.
- *Interactie creëren met volgers/klanten:* Interactie creëren met volgers en klanten is belangrijk voor Vriend fashion en sneakers op Facebook om een sterke relatie met de klanten op te bouwen. Er kunnen bijvoorbeeld vraag en antwoord sessies gehouden worden op Facebook zodat klanten de kans krijgen om online vragen te stellen. Dit versterkt de band tussen Vriend en de klanten. Ook kunnen er foto's van klanten gedeeld worden op de Facebook. Een specifieke hashtag die de klanten zelf kunnen gebruiken onder hun posts kan hierbij helpen. Op deze wordt ook direct de naamsbekendheid van Vriend vergroot. Het is belangrijk om te reageren op de reacties van de volgers. Stel bijvoorbeeld het doel om elke dag een moment te pakken om te reageren op de reacties van volgers op Facebook. Tot slot is het belangrijk om de volgers te bedanken voor hun betrokkenheid op deze manier bouwt Vriend via Facebook een goede relatie op met de volgers.
- *Regelmatische posten:* het consistent plaatsen van content op Facebook is goed voor het opbouwen van betrokkenheid op Facebook. Vriend Fashion kan dit doen door het opstellen van een contentkalender om zo je posts vooruit te plannen.

Hoe haalbaar zijn de veranderingen in tijd:

Content aanpassen aan de doelgroep van Facebook:

- Korte termijn (1-3 maanden): Begin met het delen van content die specifiek gericht is op de doelgroep van Facebook. Denk hierbij aan stylingtips en praktische tips over het onderhouden van de sneakers en kleding. Zorg ervoor dat de modellen een leeftijd hebben die overeenkomt met de doelgroep.
- Middellange termijn (3-6 maanden): Verhalen van wat oudere klanten kunnen gedeeld worden die hebben gewinkeld bij Vriend fashion en sneakers op Facebook, dit zorgt voor herkenbaarheid. Vraag ook feedback van de volgers over de content. Dit kan gedaan worden door middel van een korte enquête of polls. Pas vervolgens de content aan op basis van de feedback van de volgers.
- Lange termijn (6-12 maanden): Post regelmatig content voor de doelgroep van Facebook. Er kan bijvoorbeeld een wekelijkse post komen met een tip over het

onderhouden van de sneakers of een stylingtip. Zorg ervoor dat de manier van communiceren via Facebook helemaal aansluit bij de wat oudere doelgroep.

Interactie creëren met volgers/klanten:

- Korte termijn (1-3 maanden): Begin met het organiseren van sessies op Facebook waarin klanten vragen kunnen stellen over de sneakers en kleding. Stel ook het doel om dagelijks tijd vrij te maken voor het reageren op reacties van volgers.
- Middellange termijn (3-6 maanden): Post regelmatig interactieve content op Facebook. Stel vaste momenten vast waarop je deze content post. Deel ook klantfoto's in je posts, dit kan een wekelijkse post zijn. Analyseer wat de volgers leuke content vinden door het delen van een enquête en polls.
- Lange termijn (6-12 maanden): Ontwikkel een strategie voor klantinteractie op basis van de feedback en de reacties van klanten die al eerder is verzameld.

Regelmatige posten:

- Korte termijn (1-3 maanden): Begin met het maken van een contentkalender waarin wordt vastgesteld wat er wordt gepost, wanneer en hoe vaak. Dit geeft een goed overzicht en structuur. Zorg voor een goede mix van content zoals stylingtips, klantfoto's en mode inspiratie.
- Middellange termijn (3-6 maanden): Volg de contentkalender en zorg ervoor dat de content consistent wordt geplaatst op Facebook. Begin ook met het analyseren van de likes, reacties en shares van de posts en gebruik deze gegevens om de content aan te passen.
- Lange termijn (6-12 maanden): Breid de contentkalender uit met thema's en campagnes op basis van wat de volgers leuk vinden om te zien. Door het regelmatig delen van content op Facebook bouwt Vriend een goede aanwezigheid op op Facebook en is Vriend goed zichtbaar.

Evaluatie van de impact:

Door deze strategieën op korte, middellange en lange termijn te implementeren, kan Vriend Fashion en Sneakers zijn zichtbaarheid vergroten en de betrokkenheid van volgers versterken. Regelmatige evaluatie en optimalisatie op basis van data en feedback zorgen voor een steeds effectievere strategie.

TikTok

TikTok is een populaire social media-app die gebruikers in staat stelt om korte video's te maken en te ontdekken. De meeste gebruikers zijn jonger dan 30 en voornamelijk tussen de 18 tot 24 jaar.

- **Trendgerichte content:** uit onderzoek is gebleken dat de TikTok pagina van vriend niet vaak viraal gaat, dit kan komen door onvoldoende gebruik van trends, door meer in te spelen op het gebruik van populaire trends kan de zichtbaarheid worden vergroot, dit zorgt voor een breder publiek en meer interactie.
- **Interactieve content:** door het plaatsen van interactieve content wordt de volger/klant meer betrokken met het merk. Moedig hierbij klanten bijvoorbeeld aan om jouw video's te duetten. Daarnaast kun je ook live gaan zodat de klant/volger live kan reageren.
- **Behind the scenes:** door het delen van video's die een kijkje geven over achter de schermen creëer je een persoonlijk band met de klant/volger. Hierbij kun je ook denken aan een video waar het team zichzelf voorstelt.
- **Video tutorials:** met het plaatsen van korte clips met advies over onderhoud en/of tips kunnen ze waardevolle informatie aanbieden aan volgers/klanten, denk hierbij aan video's over onderhoud van schoenen of bepaald advies om items te stijlen hierdoor keren klanten vaker terug op de pagina.
- **Lokale betrokkenheid:** uit onderzoek is gebleken een groot deel van de doelgroep zich in of rondom Meppel bevindt, om hier meer op te inspelen kun je video's maken die ook de omgeving betreft. Dit kun je bijvoorbeeld ook doen door samenwerkingen met lokale bedrijven aan te gaan en om daarmee cross-over-content te maken.
- **Optimaliseer:** analyseer regelmatig de content die je plaatst, zodat je je daarop kunt aanpassen en hierdoor betere content kan gaan maken.

Hoe haalbaar de veranderingen zijn in tijd:

Trend gerichte content

- Korte termijn (1-3 maanden): begin met het monitoren van populaire TikTok trends in je niche, experimenteer met het maken hiervan. Vervolgens probeer je je aan je content planning te houden betreft het plaatsen van tiktok video's
- Middellange termijn (3-6 maanden): analyseer welke content het, het beste doet, probeer je hierop aan te passen en wat meer te posten
- Lange termijn (6-12 maanden): zorg ervoor dat je mensen in je team hebt die zich specifiek op deze taken focussen, daarnaast kun je ook proberen eigen trends te lanceren.

Interactieve content:

- Korte termijn (1-3 maanden): begin met het plaatsen van polls en vragen in je TikToks. Daarnaast kun je volgers aanmoedigen je video te duetten en wekelijks een live-sessie te starten

- Middellange termijn (3-6 maanden): analyseer welke content voor de meeste betrokkenheid zorgt en speel hier verder op in.
- Lange termijn (6-12 maanden): overweeg op samenwerkingen aan te gaan om hier verder op in de spelen.

Behind te scenes

- Korte termijn (1-3 maanden): begin met een simpele video over de winkel en te teamleden, dit kun je verder doortrekken door ook dagelijkse activiteiten te filmen.
- Middellange termijn (3-6 maanden): zorg voor een reeks video's die dieper ingaat op verschillende gebieden van de winkel.
- Lange termijn (6-12 maanden): pas ook klantverhalen toe in de behind the scenes.

Video tutorials

- Korte termijn (1-3 maanden): maak eenvoudige content over de basisonderwerpen, zoals schoenonderhoud.
- Middellange termijn (3-6 maanden): analyseer welke tutorial de volgers het handigst vinden. Speel hier verder op in.
- Lange termijn (6-12 maanden): pas ook gebruikersvragen toe in je tutorials.

Lokale betrokkenheid

- Korte termijn (1-3 maanden): begin met het maken van video's die bepaalde punten in Meppel uitlichten.
- Middellange termijn (3-6 maanden): neem contact op met lokale bedrijven voor mogelijke samenwerkingen.
- Lange termijn (6-12 maanden): start met het uitvoeren van de samenwerkingsprojecten met de lokale bedrijven.

Optimalisatie

- Korte termijn (1-3 maanden): begin met het wekelijks analyseren van je TikToks.
- Middellange termijn (3-6 maanden): pas je contentstrategie aan op basis van de verzamelde data.
- Lange termijn (6-12 maanden): ontwikkel voorspellende modellen op de prestatie van toekomstige content beter in te schatten.

Evaluatie van de impact:

Door deze strategieën op korte, middellange en lange termijn te implementeren, kan Vriend Fashion en Sneakers zijn jongere doelgroep beter bereiken. Dit zal helpen om meer zichtbaarheid te creëren, de betrokkenheid te verhogen en een sterkere connectie met volgers op te bouwen. Het is belangrijk om de resultaten regelmatig te evalueren en aan te passen op basis van feedback en nieuwe trends om zo de effectiviteit van de TikTok-strategie te waarborgen.

