

FleurvanOsta

Inspiratie Document



Semester 2
Sprint 1

Online vindbaarheid - Rob Krijgsman



4de
Jeanneau 40



1ste
Jeanneau 36



1ste
Jeanneau 2000

Wie een zijlboot wil kopen, komt eigenlijk niet om Rob Krijgsman heen. Dit komt niet doordat hij een enorm bedrijf heeft of een samenwerking met een van de grootste zijlbotenmerken: Jeanneau, maar door zijn enorm goede vindbaarheid op het internet. Het maakt niet uit naar welke Jeanneau je op zoek bent, je komt hem tegen. Als het gaat om de Jeanneau Sun Odyssey 26 wordt hij zelfs aangegeven als hét bedrijf en overstijgt hij sites zoals Boten te Koop en het Nautisch kwartier (de officiële reseller van Jeanneau). Als het spoorpark deze vindbaarheid zou hebben, zouden er een stuk meer mensen van weten en is de kans een stuk groter dat ze er heen gaan. Daarnaast zullen mensen de website vaker tegenkomen waardoor de extra aangespoord worden om er eens heen te gaan of deel te nemen aan een evenement. (Krijgsman, 2020)



Jeanneau 26

Hier wordt hij door Google aangegeven Als hét bedrijf om het gezochte Schip te kopen



Jeanneau 29

Eerste 2 resultaten + extra vermelding

Zoekresultaten: (Google, 2020)

Snapchat filter - Venom



Sony Pictures had wel een hele aparte manier om hun nieuwe film Venom naamsbekendheid te geven. Ze bundelden de krachten met snapchat om zo hun gebruikers om te toveren in het hoofdkarakter van de film, door middel van een AR-filter. Mede dankzij deze filter is de release van deze film de grootste oktober film release ooit. (Spangler, 2018)

Pakkende content - Heineken



Iedereen kent tegenwoordig de reclames van Heineken wel. Zij laten zien dat je met korte filmpjes heel veel mensen kunt bereiken. Sommige komen op tv, maar de meeste zijn te vinden op hun YouTube-kanaal. Hier posten ze korte, grappige filmpjes waarmee ze hun bier promoten, maar het bier staat niet per se centraal. Denk bijvoorbeeld aan hun eerste virale filmpje: Der Rudi met de iconische uitspraak 'Hey, biertje?'. Dit is niet het enige filmpje die veel mensen kennen, bovenstaande video's hebben samen gezorgd voor bijna 28 miljoen views! (Bus, 2018)

Opmerkelijke teksten - Plantsome



Dit voorbeeld moeten we niet té letterlijk nemen voor de strategie van het Spoorpark, maar het laat wel zien dat je met opmerkelijke teksten veel publiciteit kunt creëren. In deze vacature voor Front-end developer is het bedrijf wel heel fanatiek in het benadrukken van hun informaliteit. Met de zinnen: 'Krijg jij een harde pielemuis (grappie) van een mooi product coderen?' En 'Heb je natte dromen over manieren waarop je jouw code nog beter, sneller, sterker kan maken?' vallen ze echter niet bij iedereen in de smaak. Het had wel iets minder gemogen. Echter hebben ze met andere vacatureteksten prijzen gewonnen omdat ze 'vaak raak zijn'. Dit laat zien dat het vinden van je juiste balans informeel – correct heel belangrijk, maar ook heel moeilijk is.

(Schrier, 2020)

Sorry
schatje...

plantsome

Bibliografie

- Bus, R. (2018, Maart 29). 8 VOORBEELDEN VAN SUCCESVOLLE CONTENT MARKETING IN NEDERLAND & INTERNATIONAAL. Opgehaald van Search Signals: <https://www.searchsignals.nl/8-voorbeelden-succesvolle-content-marketing/>
- Google. (2020, Maart 16). Search. Opgehaald van Google: <https://www.google.com/>
- Krijgsman, R. (2020). Home -> Aanbod gebruikt. Opgehaald van Krijgsman: <https://www.krijgsman.nl/>
- Schrier, M. v. (2020, Maart 10). Bedrijf zegt sorry na vacature voor 'iemand die een harde pielemuis krijgt van coderen'. Opgehaald van AD: <https://www.ad.nl/ad-werkt/bedrijf-zegt-sorry-na-vacature-voor-iemand-die-een-harde-pielemuis-krijgt-van-coderen~a9738930/?referrer=https://www.google.com/>
- Spangler, T. (2018). 'Venom' Selfie AR Lens for Snapchat, Featuring Eminem Track, Transforms You Into the Marvel Antihero. Opgehaald van Variety: <https://variety.com/2018/digital/news/venom-snapchat-selfie-ar-lens-eminem-1202969156/>