

# Onderzoek Content Strategie Dehaze



**Studentnaam: Brent van Malsen**

**Studentnummer: 4852869**

**Klas: P-DB02**

**PCN: 507960**

**Versie: 1.0**

**Datum: 02-03-2023**

## Versiebeheer

Versienummer	Datum	Auteur	Veranderingen
0.1	27-02-2023	Brent van Malsen	Document opmaak gegeven. Begonnen met mijn onderzoek.
0.2	28-02-2023	Brent van Malsen	Afbeeldingen ingevoegd en documentatie verder gemaakt.
0.3	01-03-2023	Brent van Malsen	SWOT analyse gedaan, documentatie afgerond.
1.0	02-03-2023	Brent van Malsen	Inleiding en reflectie geschreven, bibliografie toegevoegd, document compleet gemaakt.

# Inhoudsopgave

Inhoudsopgave.....	2
1. Inleiding.....	3
2. Onderzoek voor de strategie .....	4
3. Bibliografie.....	9
4. Reflectie .....	10

# 1. Inleiding

## **Waar gaat dit verslag over?**

In dit verslag doe ik onderzoek naar verschillende elementen van een content strategie. Gebaseerd op mijn onderzoek maak ik samen met iemand anders de content strategie voor Dehaze. Ik beschrijf mijn bevindingen en ik gebruik afbeeldingen om het duidelijker te maken. Ook vermeld ik de bronnen van mijn informatie. Ik sluit het verslag af met een reflectie en ik vertel hierin ook wat voor nu mijn vervolgstappen zijn.

## 2. Onderzoek voor de strategie

### **Wat is een content strategie?**

Een content strategie bestaat uit het doel, de timing en de kanalen voor de content marketing activiteiten. In de content strategie leggen we vast wat het doel is van de content, welke content we wanneer willen publiceren, via welke kanalen dit gebeurt en wie de doelgroep is voor de content. De content strategie heeft dus een plan waarmee er bepaald wordt welke informatie waar, wanneer en hoe gedeeld wordt met de doelgroep om het doel te bereiken.

### **Waarom een content strategie?**

Een content strategie is goed zodat je weet wat je wilt bereiken en waar je dus naartoe wilt werken. Wanneer je bijvoorbeeld geen idee hebt waar je naartoe wilt werken bij het maken van content valt het overzicht snel weg. Met een content strategie bereik je sneller je doelen, door strategisch aan de slag te gaan met de doelen vergroot je het effect van groei wat je hiervoor terugkrijgt. Een content strategie dwingt je om na te denken waarom je iets publiceert. In dit geval is het voor de fans ook goed om een structuur te brengen in welke content je op welk medium upload, het geeft een professionele uitstraling en zorgt voor langdurige fans. Een content strategie zorgt er ook voor dat je een groter bereik krijgt, verder is het goed om je online te profileren want je ontwikkeld hiermee voor jezelf een unieke combinatie van kwaliteiten en diensten. Ten slot draagt een content strategie bij aan de merkloyaliteit. Fans zijn loyaler naar mate ze zich kunnen identificeren met content.

### **Bronnen**

(winnrs, 2023) (content strategie)

(thecontentcreators, 2022)(content strategie)

(wedentify, 2021)(content strategie)

(wallaroomedia, 2023) (TikTok)

(smashballoon, 2023)(Instagram-reels)

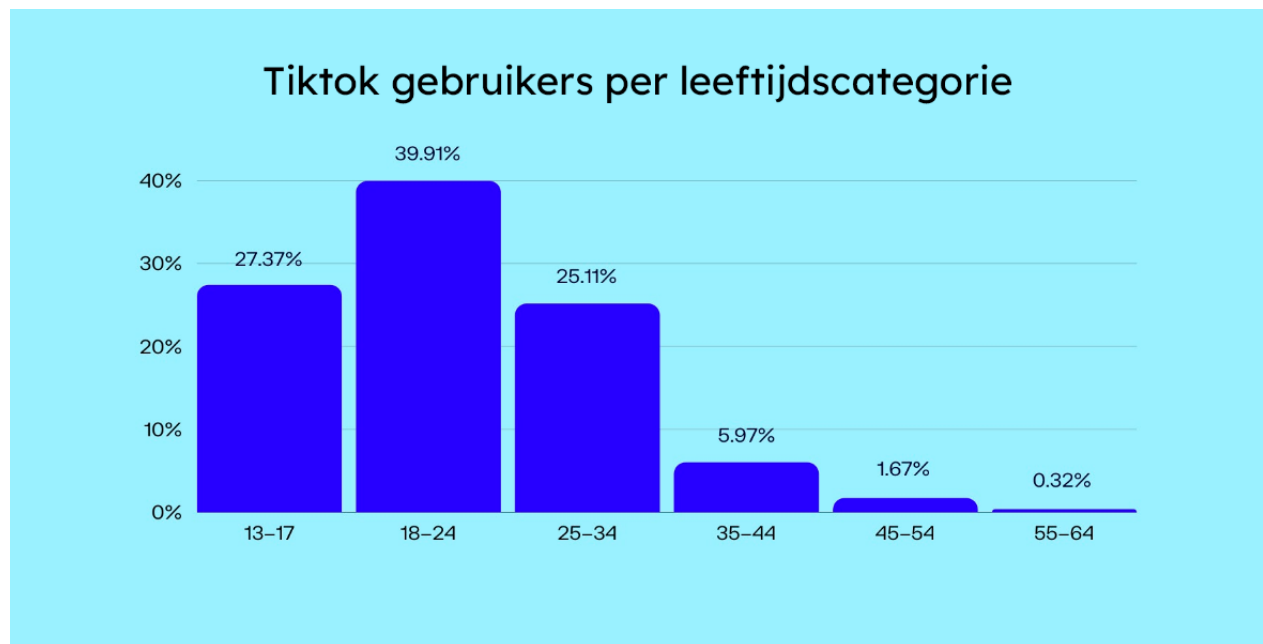
(statista, 2023) (YouTube shorts)

(oberlo, 2023)(Doelgroep Instagram)

(statista, 2023) (Leeftijden Instagram)

## Doelgroep TikTok

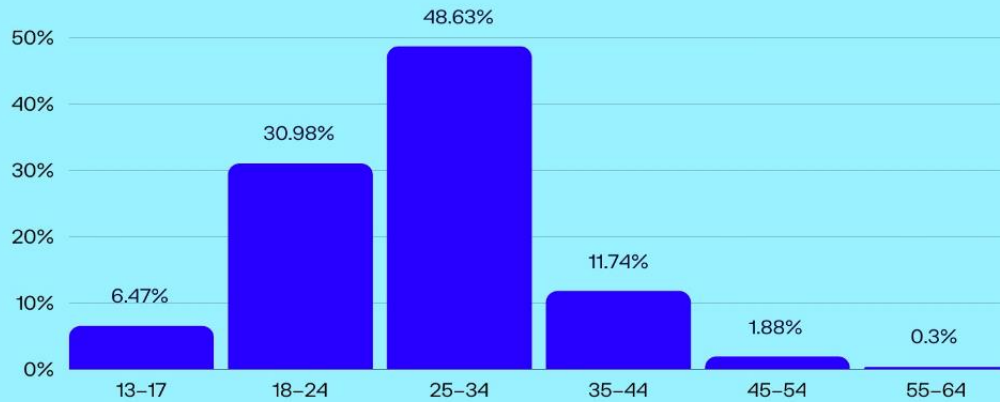
Sjors (Dehaze) is een beginnende artiest, dit maakt het moeilijk om een goede doelgroep vast te stellen voor zijn muziek. Het is voor zelfs voor Sjors soms nog een verrassing welke luisteraars hij aantrekt met zijn muziek. Op basis van feedback van Anke is het dus het beste om de doelgroep vrij breed te nemen. In overleg met Sjors en de groep denken we dat de meeste luisteraars van zijn muziek in de leeftijdscategorie 12 t/m 35 zitten, het is onbekend welk deel hiervan mannelijke of vrouwelijke luisteraars zijn. Wél weet ik dat de luisteraars van een dromerige piano achtige stijl houden. Met deze doelgroep in gedachten ben ik onderzoek gaan doen naar de meest voorkomende leeftijdscategorieën op TikTok. Op de onderstaande afbeelding is te zien dat de leeftijden 13 t/m 34 voornamelijk actief zijn op TikTok. Dit komt goed in de buurt van de doelgroep.



## Doelgroep Instagram

Ook voor het platform Instagram ben ik gaan uitzoeken welke leeftijdscategorie hier voornamelijk actief op is. Bij Instagram komen de gebruikers per leeftijd nog steeds uit in de doelgroep, de leeftijden zijn echter anders verdeeld. Zo komt de leeftijdscategorie 13 t/m 17 hier nauwelijks aan bod. De leeftijdscategorie 18 t/m 24 is ongeveer een zelfde deel vergeleken met de TikTok gebruikers. Wat opvalt is dat bij Instagram de leeftijdscategorie 25 t/m 34 bijna de helft van alle gebruikers inneemt (48%). Het aantal mannelijke en vrouwelijke gebruikers op Instagram is ongeveer gelijk. 55% van de gebruikers waren in december 2022 vrouwelijk terwijl 45% van gebruikers tijdens deze meting mannelijk waren. Meer dan de helft van alle views op Instagram zijn afkomstig van Instagram-reels, hier kom ik zo in detail nog op terug. Ik heb online onderzoek gedaan en ik heb een grafiek gevonden waarin de verdeling per leeftijdscategorie overzichtelijk terug te zien is. In de onderstaande afbeelding is deze grafiek te zien:

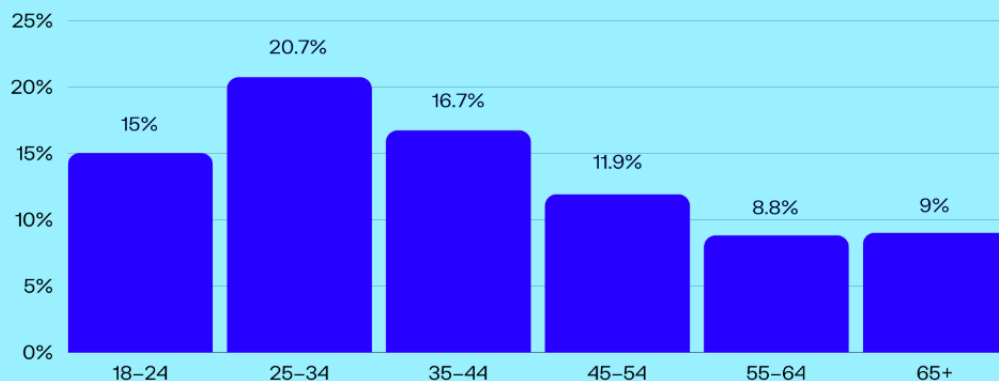
## Instagram gebruikers per leeftijdscategorie



## Doelgroep YouTube

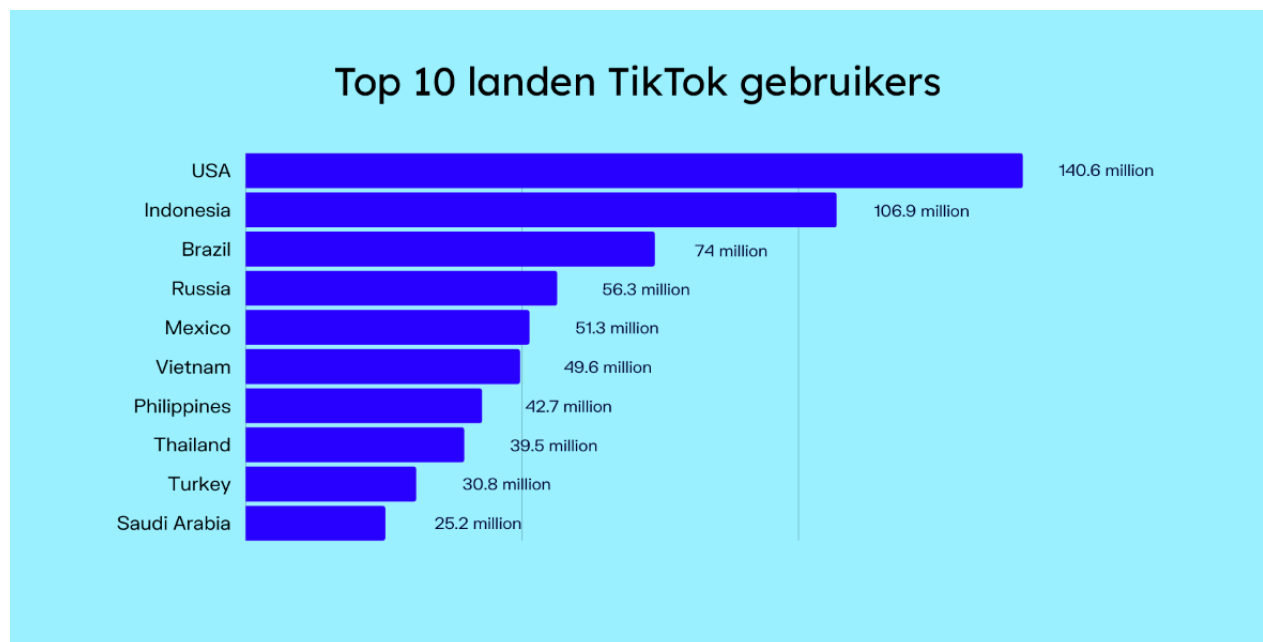
Op YouTube vallen de leeftijdscategorieën iets meer uiteen. Ook bij YouTube zitten de meeste gebruikers echter wél in dezelfde leeftijdscategorie. Bij YouTube is het opmerkelijk dat de gebruikers hierbij meer verdeeld zijn ten opzichte van TikTok en Instagram. Bij YouTube zijn ongeveer 55% van de gebruikers mannelijk en 45% vrouwelijk. Wat bij YouTube opvalt is dat er ook nog redelijk veel gebruikers in de leeftijden 45 t/m 65+ zitten. In de onderstaande afbeelding is een overzicht te zien:

## YouTube gebruikers per leeftijdscategorie



## Populaire soorten content

Ik heb onderzoek gedaan naar verschillende soorten content die momenteel veel aandacht krijgen op social media. De bovengenoemde platvormen (TikTok, Instagram en YouTube) zijn de platvormen waar we content voor Sjors op willen gaan delen. Uit onderzoek blijkt dat 67% van alle views op Instagram afkomstig zijn van Instagram-reels. Dit is waarom we Instagram-reels onder andere gaan gebruiken als platform voor het delen van content. Ook TikTok is momenteel erg bekend, TikTok heeft momenteel 1 miljard gebruikers en sluit goed aan op onze doelgroep. In de onderstaande afbeelding is te zien welke 10 landen de meeste TikTok gebruikers hebben. Verder zijn ook YouTube shorts erg goed voor het delen van content, al deze soorten media zijn afgeleid van TikTok wegens het grote succes ervan. Voor TikTok plaatsen we korte promotievideo's met een pakkende korte video. Op Instagram-reels worden behind the scene video's geplaatst en op YouTube shorts worden voornamelijk storytelling video's geplaatst en worden ideeën voor zijn muziek voorgelegd aan zijn fans.



## SWOT Analyse TikTok

Ik heb een SWOT analyse gemaakt over de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het gebruiken van TikTok voor Sjors. Sjors vind TikTok zelf zijn primaire platform en daarom heb ik ervoor gekozen om hiervoor een SWOT analyse te maken. Ik heb gekozen voor het maken van een SWOT analyse omdat het al bekend was dat TikTok het primaire platform was. Ook geeft een SWOT analyse in één oog opslag veel informatie weer. Ik heb de SWOT analyse gemaakt in Photoshop. Een SWOT analyse wordt ook wel een sterkte-zwakteanalyse genoemd. In de onderstaande afbeelding zijn de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen te zien:



# SWOT Analyse TikTok



## APA bronvermelding

Omdat er later in het semester verwacht wordt dat je met een APA bronvermelding werkt heb ik besloten om dit in dit verslag alvast toe te passen. Ik heb een tutorial gevolgd op YouTube en hulp gevraagd aan de docent. Ik heb de bronnen aan het bestand toegevoegd, aan het einde van het verslag vind je een bibliografie van alle bronnen die gebruikt zijn in dit verslag. Op de volgende pagina is deze bibliografie te vinden.

### 3. Bibliografie

- oberlo. (2023, - -). *Instagram users by age*. Opgehaald van eberlo:  
<https://www.oberlo.com/statistics/instagram-age-demographics>
- smashballoon. (2023, - -). *How to get more views on reels*. Opgehaald van  
smashballoon: <https://smashballoon.com/how-to-get-more-views-on-reels-instagram/#:~:text=More%20Engagement%20%E2%80%93%20Instagram%20reels%20get,compared%20to%20posting%20pictures%20only.>
- statista. (2023, - -). *Distribution of Instagram users*. Opgehaald van statista:  
<https://www.statista.com/statistics/530498/instagram-users-in-the-us-by-gender/#:~:text=In%20December%202022%2C%2055.7%20percent,million%20users%20in%20the%20country.>
- statista. (2023, Januari -). *YouTube shorts*. Opgehaald van statista:  
<https://www.statista.com/statistics/1314183/youtube-shorts-performance-worldwide/>
- statista. (2023, Januari -). *YouTube shorts*. Opgehaald van statista:  
<https://www.statista.com/statistics/1314183/youtube-shorts-performance-worldwide/>
- thecontentcreators. (2022, - -). *Content strategie*. Opgehaald van thecontentcreators:  
<https://www.thecontentcreators.nl/wat-is-een-contentstrategie/#:~:text=Een%20contentstrategie%20is%20het%20plan,te%20krijgen%20met%20je%20content.>
- wallaroomedia. (2023, Februari 16). *TikTok statistics*. Opgehaald van wallaroomedia:  
<https://wallaroomedia.com/blog/social-media/tiktok-statistics/#:~:text=TikTok%20is%20available%20in%20over,be%20on%20TikTok%20right%20now.>
- wedentify. (2021, Januari -). *Waarom is een content strategie belangrijk voor je merk?*  
Opgehaald van wedentify: <https://www.wedentify.nl/blog/waarom-is-een-contentstrategie-belangrijk-is-voor-je-merk/#:~:text=Een%20contentstrategie%20draagt%20bij%20aan,vraag%3A%20Waarom%20publiceer%20je%20iets%3F>
- winnrs. (2023, - -). *Wat is een content strategie?* Opgehaald van winnrs:  
<https://www.winnrs.nl/wiki/contentstrategie/>

## 4. Reflectie

### **Wat heb ik geleerd?**

Ik heb veel geleerd tijdens het uitvoeren van mijn onderzoeken. Met de informatie die ik nu heb kan ik een goede content strategie maken. Ik heb nu een beeld over de statistieken per medium en een idee over welke content op welk medium geplaatst gaat worden. Verder heb ik geleerd hoe ik de APA bronvermelding moet gebruiken in een verslag. Ook heb ik nu een beeld over op welke social media platvormen onze doelgroep voornamelijk actief is.