

# Presentatie

Doelgroeponderzoek &  
Concurrentieanalyse

Project **Digital**

# Inhoudsopgave

01

## Doelgroeponderzoek

Statistieken en persona's

02

## Concurrentieanalyse

SWOT & Ansoff matrix

03

## Interviews

Diepere inzichten

Project **Digital**

# Doelegroep onderzoek

**Johan van Meer**  
Online Marketeer



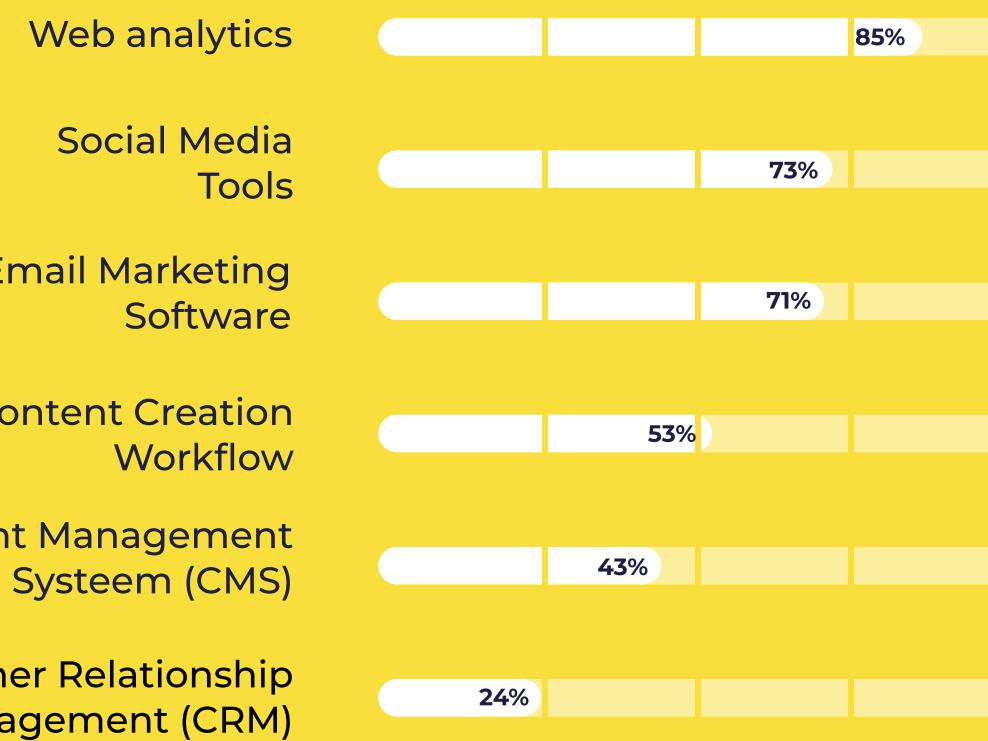
FTE



Vaardigheden



## Tools



## Distributiekanalen

### Content types

- | Distributiekanalen | Content types          |
|--------------------|------------------------|
| 1 Social Media     | 1 Artikelen/Blog posts |
| 2 Email            | 2 Presentaties         |
| 3 Website          | 3 Documentatie         |
| 4 Evenementen      | 4 Nieuwsbrieven        |
| 5 Gastpublicaties  | 5 Videos               |
| 6 Influencers      | 6 Websites             |
| 7 Social spaces    | 7 How-to guides        |
| 8 Podcasts         | 8 Case studies         |

## Doelen & Prioriteiten

- Search Engine Optimalisatie
- Updaten en hergebruiken van content
- Content creatie - Diversificatie, meer visuals, meer educatieve content
- Verbeteringen in de websites
- Distributie - Zowel organisch als betaald

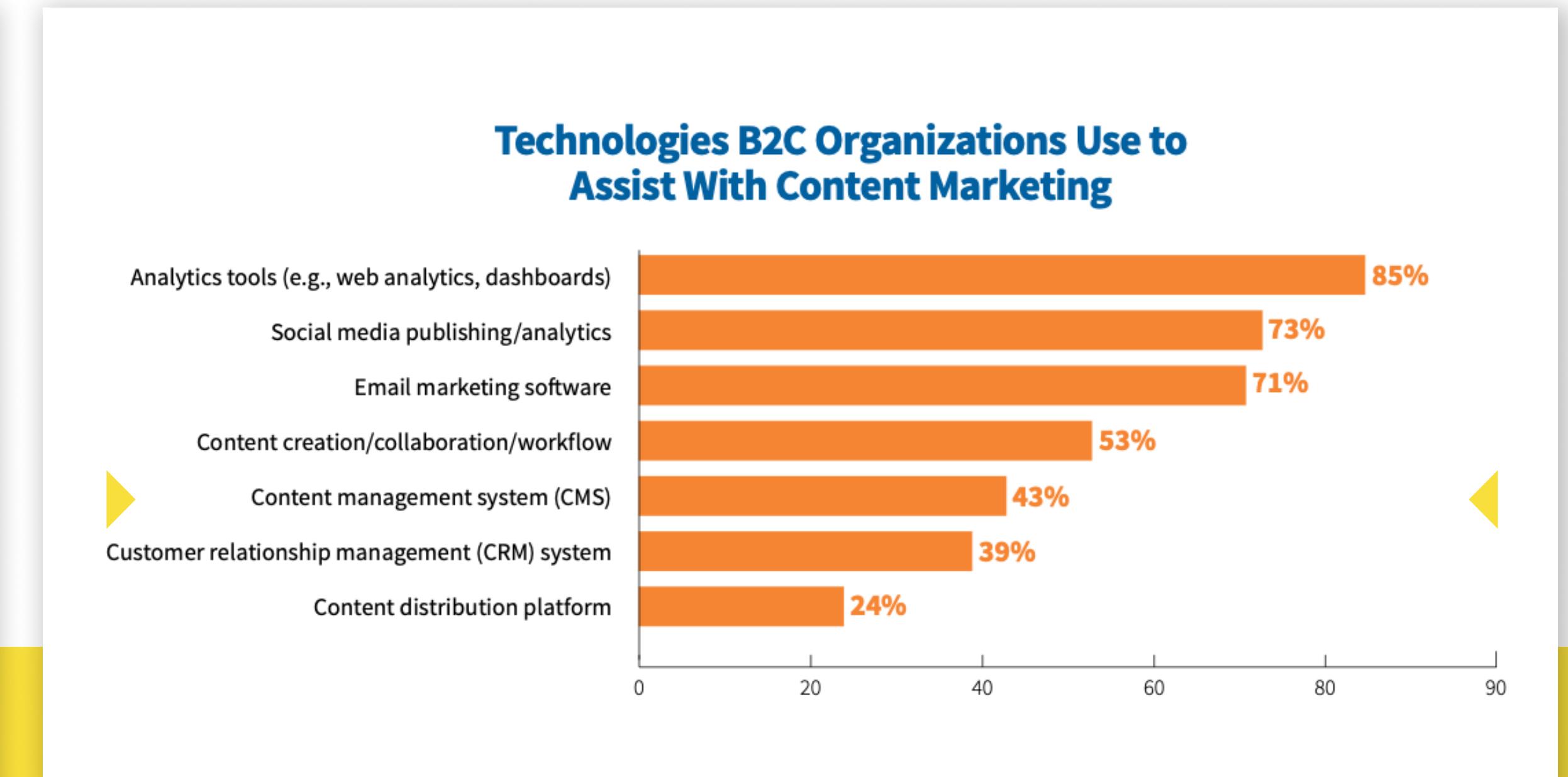
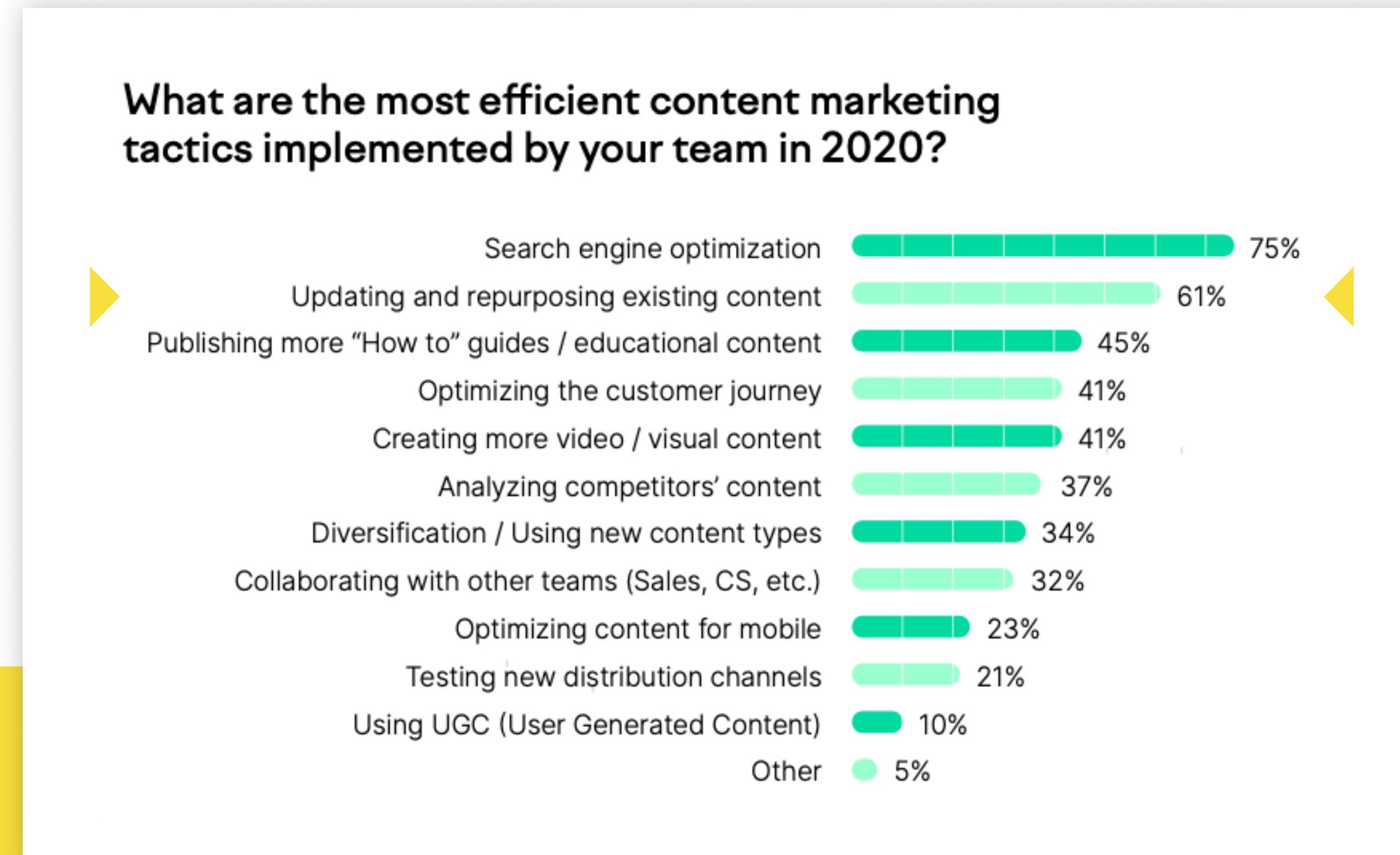
## Uitdagingen

- Verkrijgen van meer traffic
- Kwaliteitsleads verkrijgen
- Passende content creeren - Met een consistente branding en tone-of-voice
- Aantonen van ROI
- Slechte onderlinge communicatie - Het ontstaan van content silo's

B2B & B2C Marketing

Project **Digital**

**60%** van de marketeers zegt oude content te hergebruiken/updaten terwijl maar **40%-50%** een CMS gebruikt

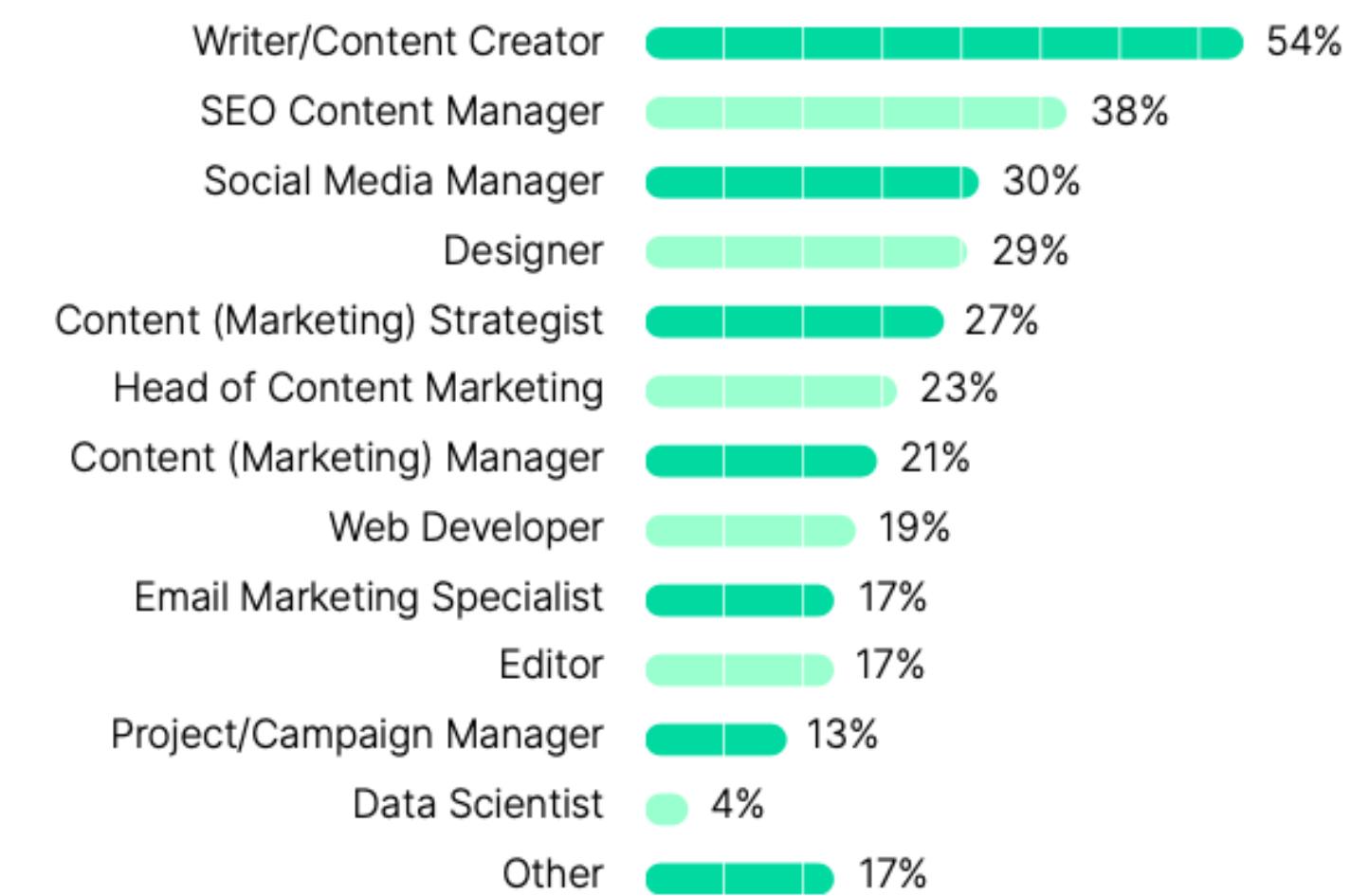


Content marketing teams zijn klein: gemiddeld **0 tot 1 personen**. Voornamelijk schrijvers of SEO specialisten.

**B2B Organizations' Content Marketing Team Size  
(Full Time/Dedicated to Content Marketing)**

	All Respondents	Small (1-99 Employees)	Medium (100-999 Employees)	Large (1,000+ Employees)
11+	4%	0%	3%	11%
6-10	6%	1%	5%	19%
2-5	32%	22%	43%	40%
1	23%	27%	25%	11%
0 (no one is full time, dedicated)	35%	50%	24%	19%

**Which specialists are working in your content marketing team?**



Type of Content	Degree of Difficulty	Average Time to Create
1 Articles / Blog Posts	Very Easy	3-5 hours
2 Presentations	Easy	6-10 hours
3 Technical Documentation	Challenging	20+ hours
4 Newsletters	Easy	3-5 hours
5 Videos	Challenging	20+ hours
6 Websites	Average	20+ hours
7 How-to Guides	Average	20+ hours
8 Case Studies	Challenging	10-15 hours
9 Infographics	Challenging	3-5 hours
10 FAQs	Very Easy	3-5 hours
11 White Papers	Average	20+ hours
12 eBooks	Average	15-20 hours
13 Checklists	Very Easy	1-2 hours
14 Research Reports	Very Challenging	20+ hours
15 SlideShares	Easy	3-5 hours
16 User Generated Content	Average	1-2 hours

Tekstuele content typen die geschikt zijn voor Project Digital en wellicht ook sneller kunnen worden gemaakt mbv. Project Digital

B2B & B2C Marketing

Project **Digital**

# Doelegroep onderzoek

## Janine Sterker

Interne communicatie  
medewerker



FTE



Organisatie:  
Communicatie Team:

300  
2

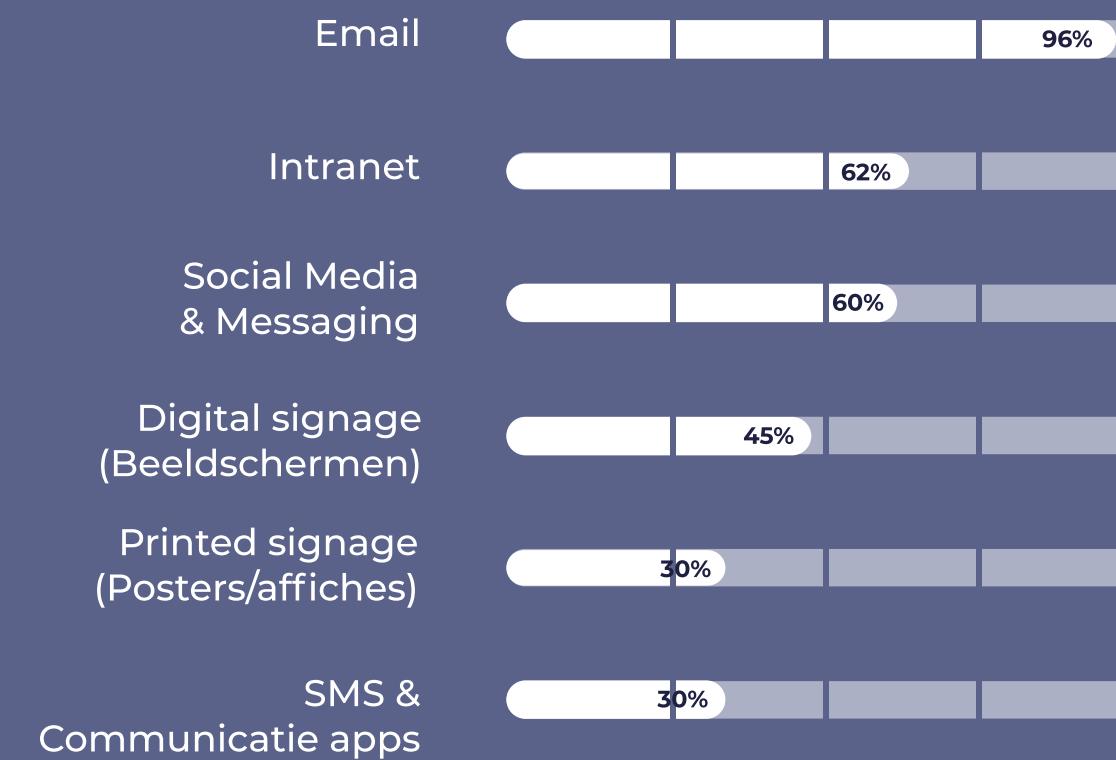
Bezigheden



Content & templates:  
Analytics & Feedback:

58%  
28%

### Communicatie Tools



### Distributiekanalen

- 1 Conferenties
- 2 Conference calls
- 3 Email
- 4 Messaging apps
- 5 Magazines
- 6 Beeldschermen
- 7 Posters & Banners
- 8 Podcasts

### Content types

- 1 Email updates
- 2 Nieuwsbrieven
- 3 Rapporten
- 4 Videos
- 5 Magazines

### Doelen & Prioriteiten

- Teams op een lijn krijgen
- Betrokkenheid personeel verbeteren
- Opfrissen van de bedrijfscommunicatie -
- Consistente tone of voice
- Verbeteren digitale kanalen
- Verbeteren meetbaarheid/analytics

### Uitdagingen

- Werknemers zijn niet betrokken
- Overschot aan communicatie over te veel kanalen
- Technologie voldoet niet aan de eisen
- Veel tijd kwijt aan content creatie
- Weinig tijd en middelen voor analytics
- Tekort aan middelen en expertise binnen het team

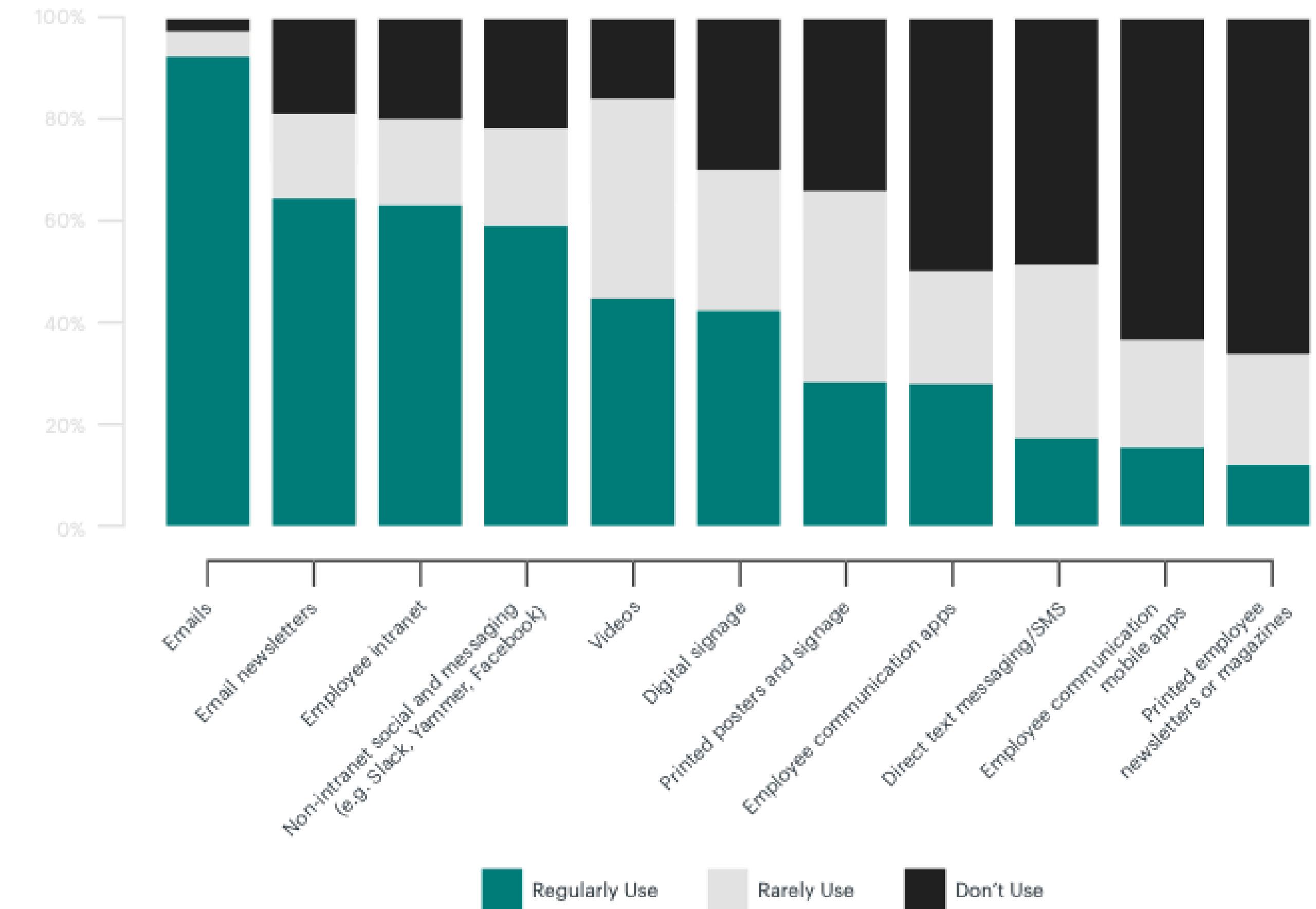
# Interne communicatie

# Project Digital

Email is veruit het meest  
gebruikte communicatie-  
middel

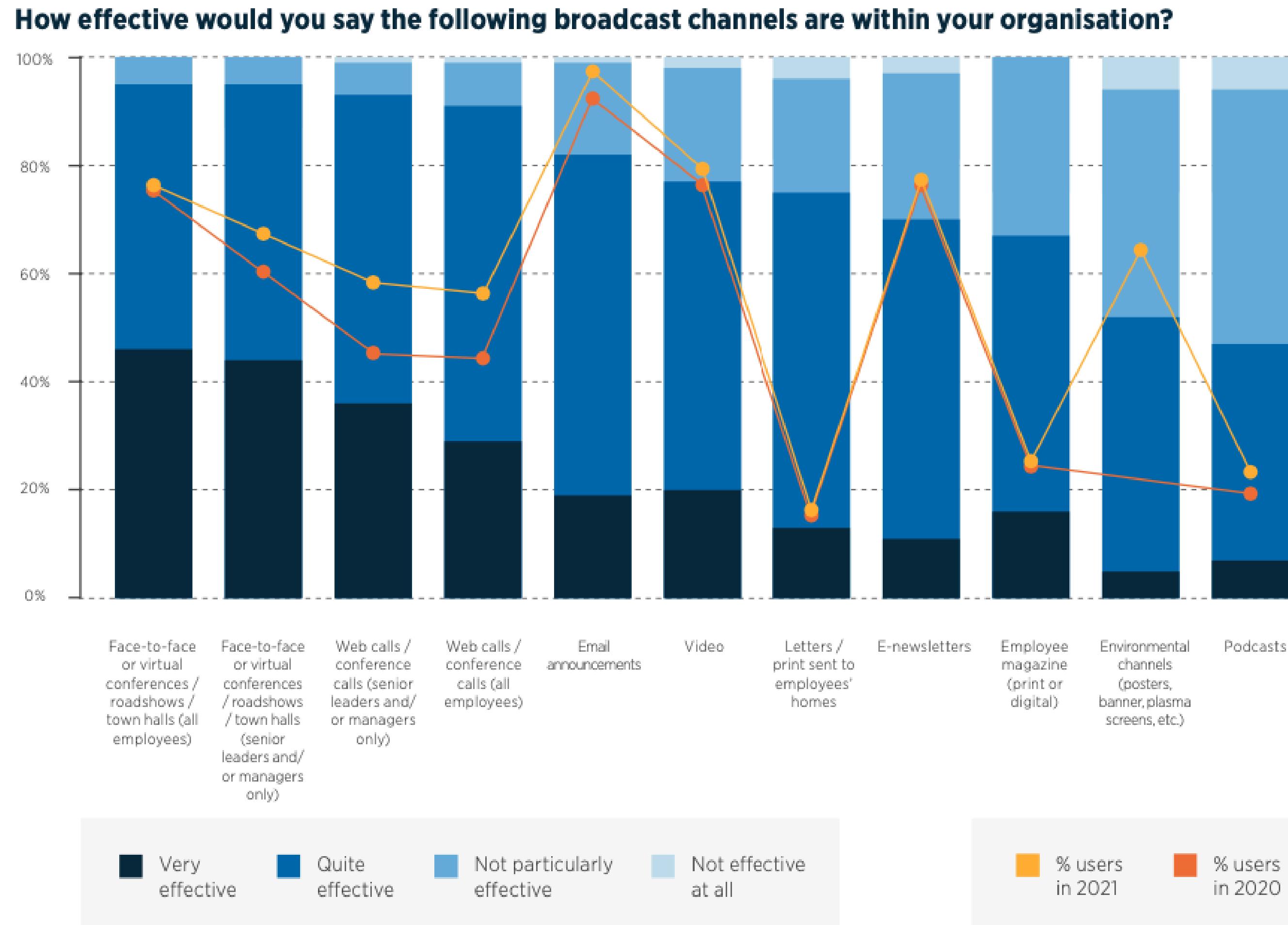
Digitale middelen worden  
vaker gebruikt dan hun  
gedrukte tegenhangers

*Which of the following tools does your organization use for formal employee communications?*



**Interne** communicatie

Project **Digital**



**70%** van de interne communicatie teams maakt gebruik van signage en/of video's

Magazines worden als een relatief effectief communicatiemiddel gezien

# Doelegroep onderzoek

**Jeffrey de Bever**  
(Digitale) uitgever



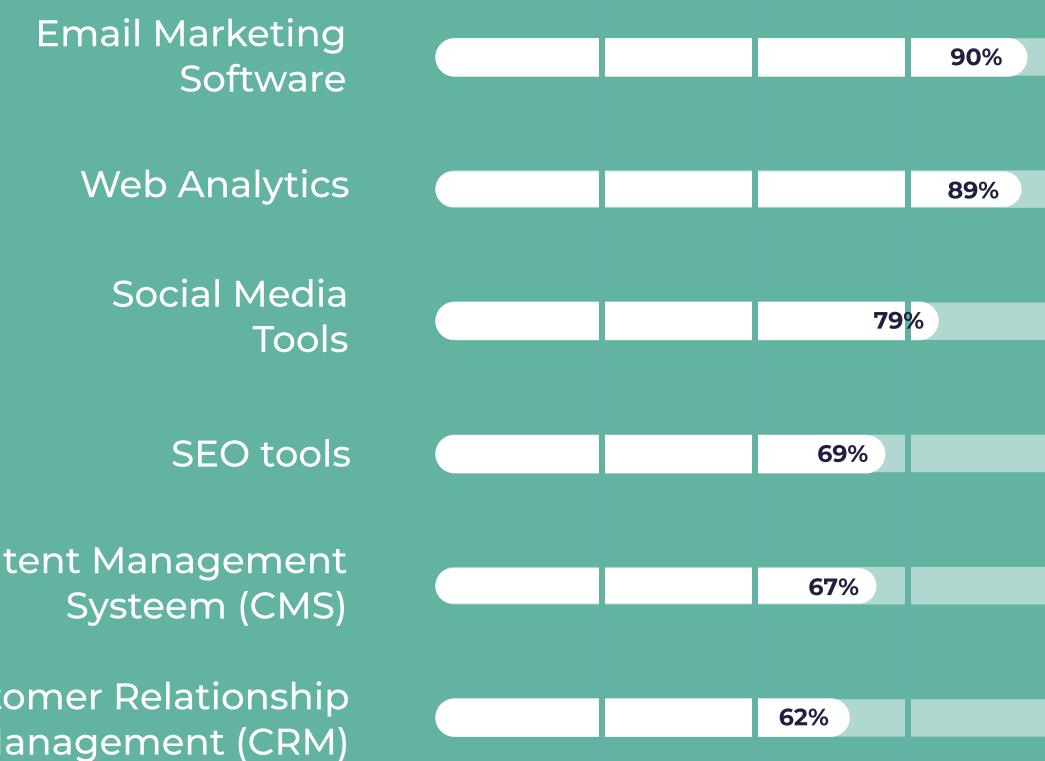
## Traffic



## Frequentie



### Tools



### Distributiekanalen

- 1 Website
- 2 Geprinte media
- 3 App
- 4 Email
- 5 Podcast
- 6 Evenementen
- 7 Ecommerce
- 8 OTT video (TV)

### Content types

- 1 How-to guides
- 2 Lijsten
- 3 Nieuws en Trends
- 4 Ebooks
- 5 Handleidingen
- 6 Betoog
- 7 Interview
- 8 Afgeschermd content

### Doelen & Prioriteiten

- Diverse inkomstenstromen - Voornamelijk dmv advertenties en gesponsord content
- Up-to-date houden van bestaande content
- Emailmarketing
- Investeren in technologieën
- Content types voor mobiele toestellen

### Uitdagingen

- Verbeteren van traffic naar de website
- Email database vergroten
- Aantonen van ROI aan investeerders
- Meer omzet genereren met advertenties
- Kwalitatieve data verkrijgen over lezers middels analytics

**Digitale uitgevers**

Project **Digital**

# Doelgroeponderzoek

## Job de Mist

Journalist



FTE



Organisatie:  
Redactieteam:

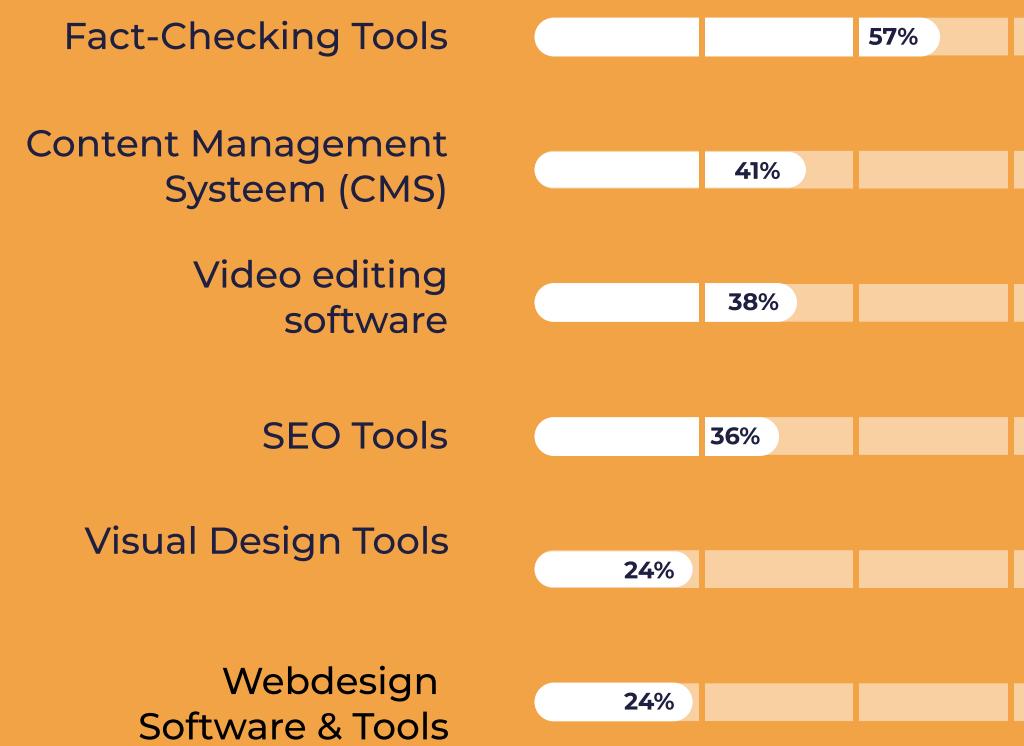
-  
20

Functie



Redacteur / Schrijver  
Verslaggever

### Tools (At least weekly)



### Distributiekanalen

- 1 Social Media
- 2 Website
- 3 Video / Televisie
- 4 Messaging app
- 5 Email
- 6 Livestream
- 7 Mobiele applicaties
- 8 Kranten

### Content types

- 1 Persbericht
- 2 Achtergrondartikel
- 3 Reportage
- 4 Interview
- 5 Video
- 6 Column/Opinie
- 7 Recensie
- 8 Biografie

### Doelen & Prioriteiten

- Digitale transformatie/content
- Investeren in technologische ontwikkelingen en trainingen
- Stroomlijnen workflow.
- Nieuwe, kwalitatief goede content
- Samenwerking met andere bedrijven

### Uitdagingen

- Verkrijgen van inkomstenstromen en aantrekken adverteerders
- Recruten en behouden van journalisten en specialisten
- Prestatie, snelheid en kwaliteit van de digitale content en platforms

Nieuwsredacties

Project **Digital**

FIGURE 41

### TECHNICAL SKILLS TRAINING JOURNALISTS FIND HELPFUL/NEWSROOMS OFFER

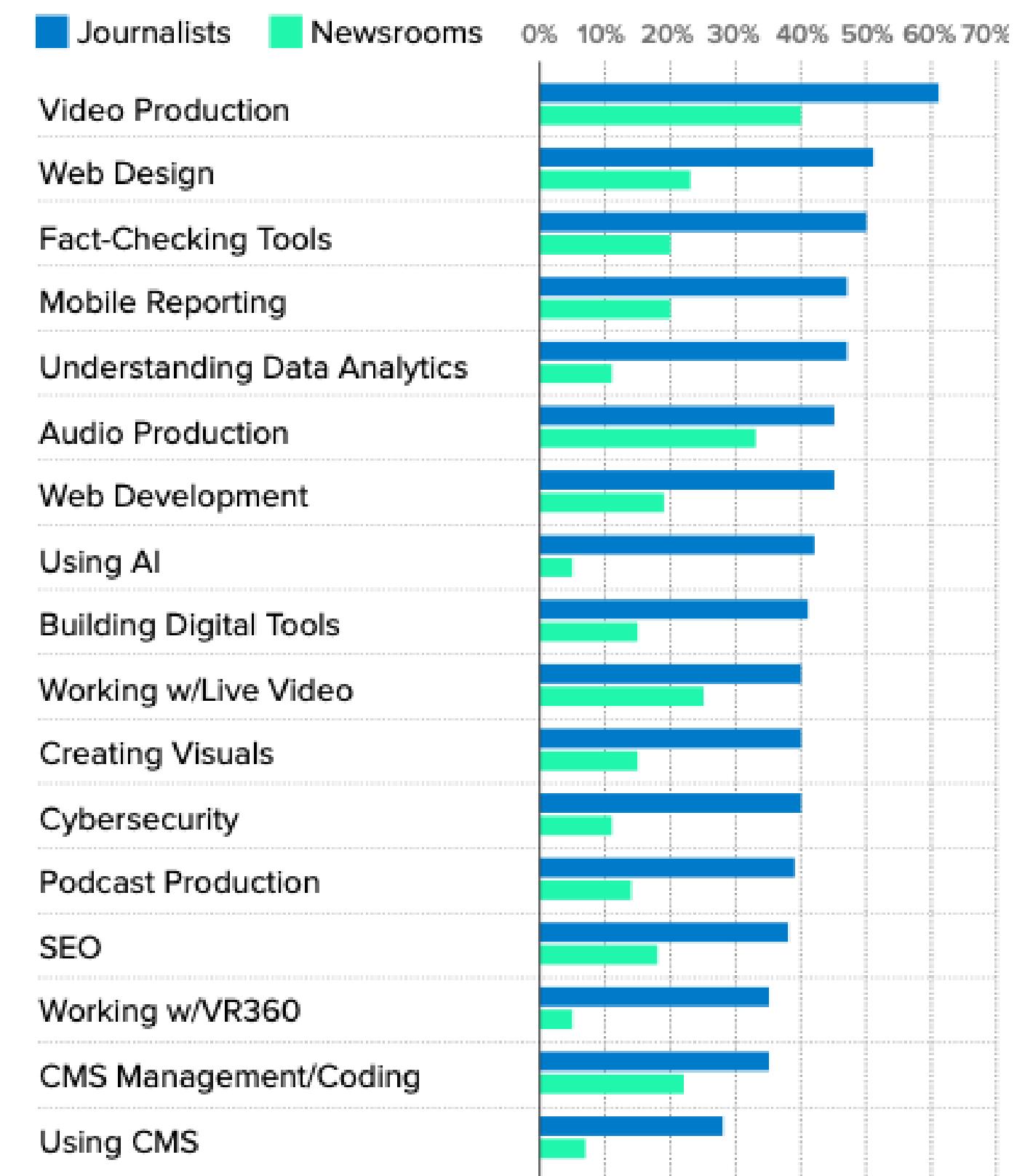
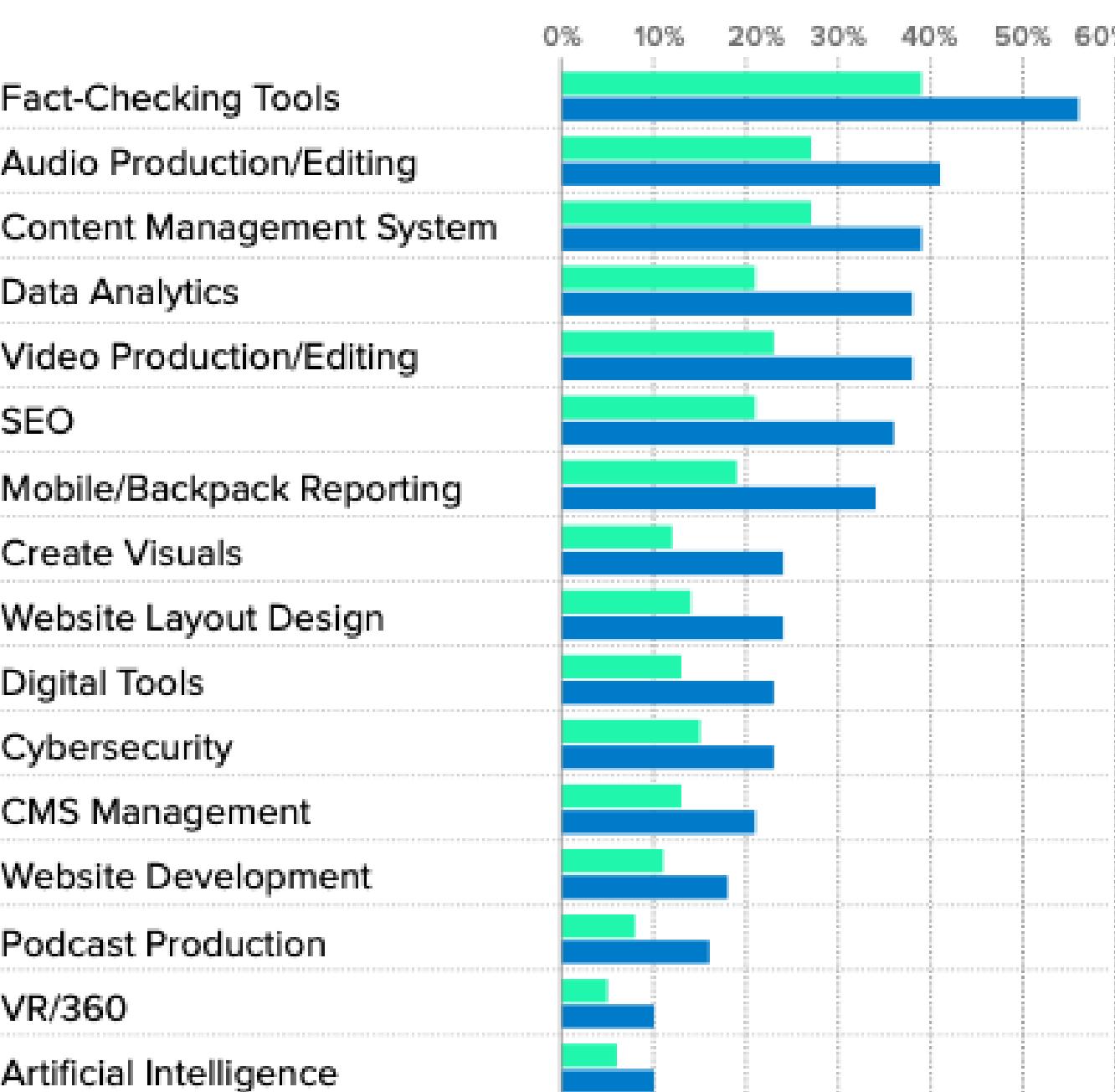


FIGURE 38

### TECHNICAL SKILLS JOURNALISTS USE REGULARLY

Daily

At Least Weekly

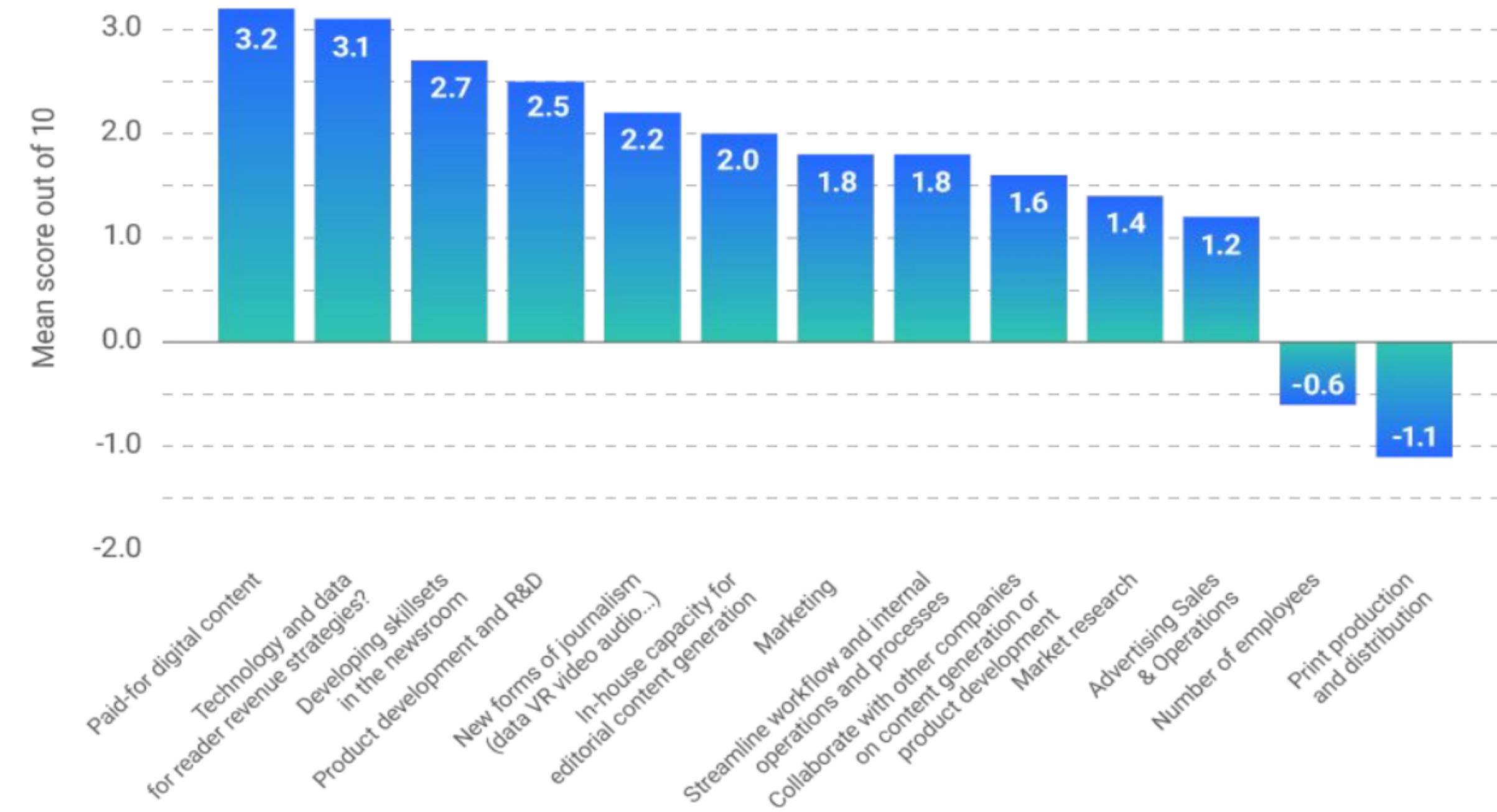


Bijna **25%** van de journalisten krijgt wekelijks te maken met webdesign

Training op dit gebied vanuit redacties is relatief laag

## Investment: Reader revenue at the top of budgets

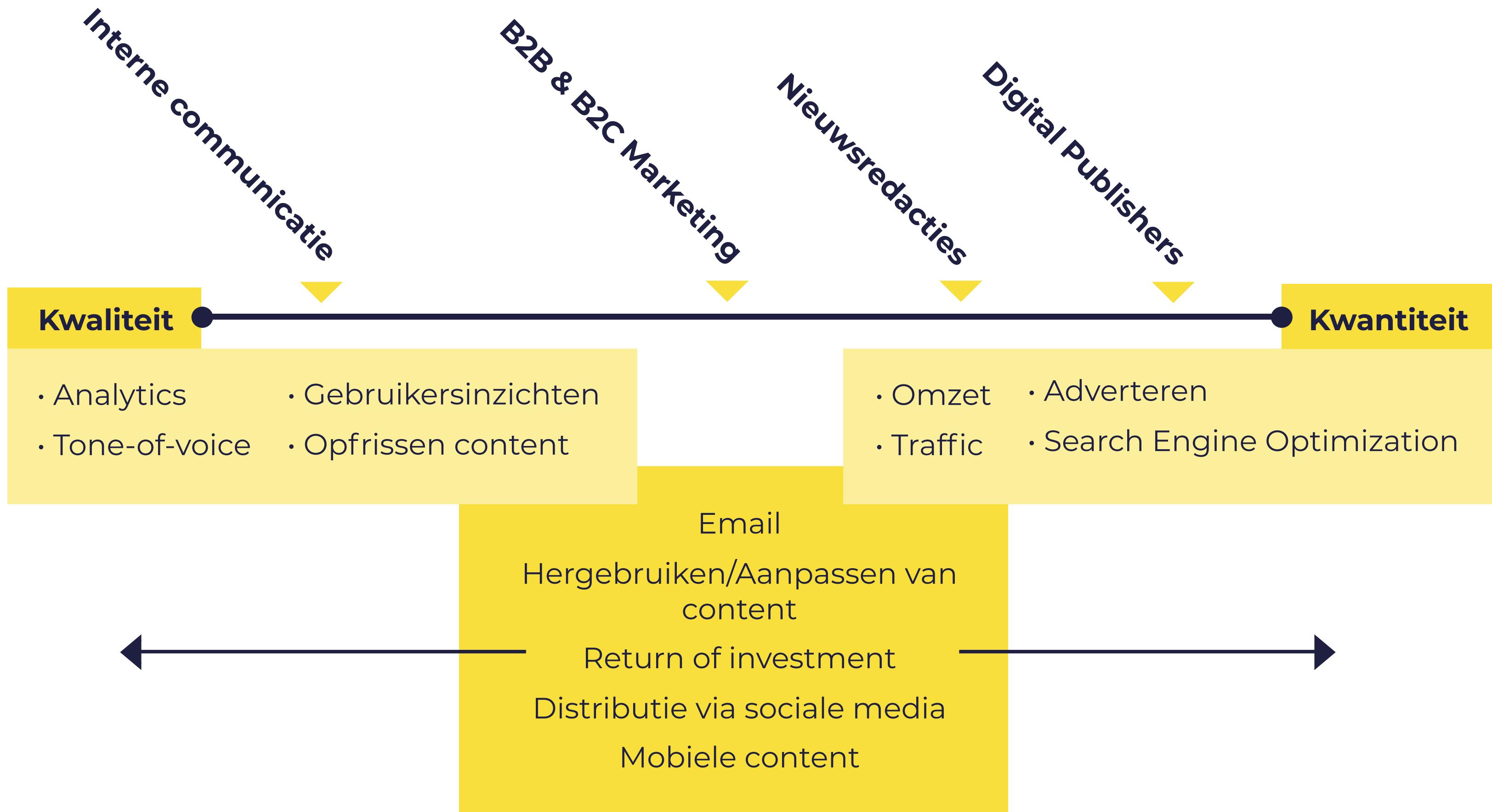
To what extent is it important for your organisation to invest / divest in the following areas over the next 12 months?



Binnen nieuwsredacties ligt er specifieker nadruk op technologische ontwikkeling en nieuwe vormen van nieuws/journalisme

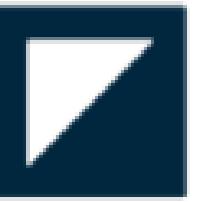
# Doelgroeponderzoek

Project **Digital**

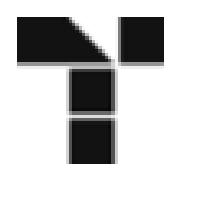


# Project Digital

## Concurrentieanalyse

Competitor			
Naam	Foleon	Shorthand	Relayto
Omschrijving	Content Creation Platform	Visual Storytelling Platform	Document Experience platform
Primaire doelgroep	B2B Marketeers	Media & Journalisme	Marketing & Sales
Primaire doel	Content Marketing	Visual Storytelling	Content ROI
Beste feature(s)	Software-integraties	Uitgebreide scroll animaties	Analytics + AI pdf conversie

Competitor			
Naam	Tiled	Turtl	Ion
Omschrijving	Interactive Content Platform	Enterprise Content Automation	Interactive Content Marketing Platform
Primaire doelgroep	Enterprise – Sales, Marketing, HR, Design	Enterprise – Sales, Marketing en interne comms	Marketing
Primaire doel	Interactieve content	Gepersonaliseerde, meetbare content	Content Marketing
Beste feature(s)	Design tool compatibiliteit en variaties	Analytics	Interactieve content + Code ondersteuning

# Concurrentieanalyse

## Project Digital

### STRENGTHS

- Gebruiksvriendelijk voor non-designers en developpers
- Formulieren en CTA's
- Diepgaande analytics
- Integraties met marketingsoftware en analytics tools
- Mogelijkheid tot embedding in CMS systemen
- Live content

### WEAKNESSES

- Weinig vrijheid/flexibiliteit voor designers.
- Missende functionaliteit ten opzichte van gevestigde tekst editors/design tools
- Trage laadtijden (bij slechte verbindingen of oudere toestellen)
- Geen offline versie/fatsoenlijke pdf export
- Weinig SEO functionaliteit/optimalisatie
- Geen transparantie over prijzen/Platform is niet direct toegankelijk als SaaS

## SWOT

### OPPORTUNITIES

- Offline beschikbaarheid van de content en de editor
- Hoge performance, optimalisatie van de web content
- Ondersteuning van 'legacy formats' zoals pdf, ppt, word, png(?)
- Uitgebreide SEO functies en integratie met bedrijfswebsites
- Hogere toegankelijkheid.

### THREATS

- Designers en developpers gebruiken liever dedicated tools
- Marketeers gebruiken liever het eigen CMS systeem omdat dat een betere SEO oplevert
- Geen cross-compatibility van de content
- Eindgebruikers haken af door lange laadtijden
- Hoge instap voor nieuwe gebruikers

# Concurrentieanalyse

Project **Digital**

New markets

## Market Development

Project Digital verkopen aan andere groepen, zoals digital publishers/bloggers of communicatieteams.

Mogelijk aanbrengen van kleine wijzigingen om het meer geschikt te maken.

## Diversification

Project Digital verkopen aan andere groepen, zoals ecommerce of marketing agencies.

Functionaliteit van Project Digital volledig ombouwen voor deze doelgroep.

Existing markets

## ANSOFF

## Market Penetration

Project Digital verkopen aan marketeers.

Verbeteren van analytics en een betere positionering en instapvriendelijk prijsmodel.

## Product Development

Project Digital verkopen aan marketeers.

Functionaliteit van Project Digital ombouwen zodat er meer nadruk komt te liggen op SEO en website integraties.

Existing products

New products

## Marjolein (HR)

- Handboeken en magazines
- De content ziet er heel gaaf uit
- Online beschikbaarheid
- Dupliveren van content
- Extra mogelijkheden tot personalisatie
- Meer variatie in templates
- Content delen via LinkedIn

## Remco (B2B Marketeer)

- Kennisdelingen
- Uitstraling van het bedrijf
- Adoptie van nieuwe tools
- Online vindbaarheid & SEO
- Marketing automation
- Content delen via LinkedIn

The background of the image features a dark, rugged mountain range with sharp peaks and deep valleys. The sky above is a bright, uniform yellow, creating a stark contrast with the dark mountains. The overall composition is minimalist and dramatic.

# Ok, doe!

Vragen?

Project Digital