

A black and white photograph of a cyclist riding on a paved road that curves through a forest. The cyclist is wearing a helmet and dark clothing. The road is bordered by a low stone wall on the right, and a steep, rocky hillside rises behind it. Tall evergreen trees line the left side of the road. A green line is drawn across the image, starting from the left edge, looping around the text, and ending near the bottom right.

Interview

Marloes de Bruin

Ingeklikt

Kimberly Elzackers
500695251
20 maart 2019

Communicatie en Multimedia Design
Hogeschool van Amsterdam



INGEKLIKT

DE VOORBEREIDING

Interview plannen

Via de e-mail is contact gezocht met Marloes de Bruin, zie bijlage 1. Uit deze e-mail is de afspraak gemaakt om op woensdag 20 maart 2019 om 10:30 uur een telefonisch interview te houden.

Vragen

Als voorbereiding op de vragen, is literatuur onderzoek gedaan naar pakkende vragen, naast de vragen die al vanuit de Design Brief naar voren kwamen. Van verschillende sites zijn vragen overgenomen^{1,2,3}.

De vragen die geformuleerd zijn:

- Waarom kiezen mensen voor jouw bedrijf?
- Heb je nog ambities?
- Wie zijn jouw klanten?
- Waarom ben je ondernemer geworden?
- Waarom dames wielerkleding?
- Wanneer is je merk / site opgestart?

- Via welk programma draait uw site?
- Waar wordt je blij van op je werk / binnen je bedrijf?

- Waar heb jij de juiste mensen en kennis vandaan gehaald om jouw bedrijf tot een succes te maken?

Om onnodige vragen tijdens het interview uit de weg te gaan, zijn er zoveel mogelijk vragen beantwoord door middel van literatuur

¹Aan Zee Communicatie. (z.d.). Gastlessen zó geregeld. Geraadpleegd op 19 maart 2019, van <https://www.gastlessenzogeregeld.nu/files.cfm>

²Handigevragen.nl. (2018, 19 april). 15 krachtige vragen voor startende ondernemers Archieven – Handigevragen.nl. Geraadpleegd op 19 maart 2019, van <https://handigevragen.nl/category/business/15-krachtige-vragen-voor-start-ende-ondernemers/>

³T. (2010, 2 maart). Interviewen – 45 voorbeeldvragen | Tekstschrijver Tim. Geraadpleegd op 19 maart 2019, van <http://tekstschrijver-tim.nl/2010/03/02/interviewen/>

onderzoek. Hierbij is gebruik gemaakt van de website van Ingeklikt⁴. De onderdelen die opvielen tijdens het bezoeken van de website, zijn ook genoteerd.

⁴De Bruin, M. (z.d.). Hippe dames fietskleding koop je in de webshop van Ingeklikt. Geraadpleegd op 19 maart 2019, van <https://www.ingeklikt.com/>

UITKOMSTEN LITERATUUR ONDERZOEK

Via de website van Ingeklikt en via verschillende links ^{5,6,7} op de website, is meer informatie verzameld over Ingeklikt.

Ingeklikt is opgericht in de zomer van 2016 door Marloes de Bruin. De missie is “om de wereld mooier te maken”. Sporten doe je immers niet alleen om fit te blijven, maar ook om je mooi en aantrekkelijk te voelen. Marloes geeft als tip dat je niet alleen vanuit jezelf moet redeneren, maar ook de doelgroep moet leren kennen.

⁵Ingeklikt. (z.d.). Ingeklikt lanceert webshop voor hippe damesfietskleding - Emerce. Geraadpleegd op 19 maart 2019, van <https://www.emerce.nl/wire/ingeklikt-lanceert-webshop-hippe-damesfietskleding>

⁶Coen. (2018, 4 februari). Ingeklikt – dames wielerkleding uit Amsterdam. Geraadpleegd op 19 maart 2019, van <http://racefietsblog.nl/ingeklikt-dames-wielerkleding-uit-amsterdam/>

⁷Lynn, L. (2017a, 24 januari). Interview met Marloes van Ingeklikt. Geraadpleegd op 19 maart 2019, van <http://www.lindalynn.nl/interview-met-marloes-van-ingeklikt/>

De kleding van Ingeklikt wordt gemaakt in Italië en komt in sets, zodat de klant verleid wordt om meer producten te kopen.

De webshop draait op Wordpress. Op de site zijn er foto's van modellen, maar ook van klanten zelf.

Marloes post zelf blogs op haar site en is ze actief op social media. Ingeklikt is goed te bereiken via verschillende kanalen.





INGEKLIKT

HET INTERVIEW

Telefonisch interview
Marloes de Bruin - Ingeklikt
Woensdag 20 maart 2019, 10:30 uur

Opgenomen met de app: TapeACall Lite
Gespreksduur: 9 minuten 53 seconden

M: Marloes de Bruin

K:Goedemorgen met Kim Elzakkers

M: Hai, goedemorgen

K: Hi ik belde voor mijn eindopdracht

M: Ja, heel goed. Mooi op tijd!

K: Ja he!

M: Keurig, keurig.

K: Ontzettend bedankt dat ik een paar vragen mag stellen, dat gaat mij enorm verder helpen.

M: Ja geen probleem. Brand maar los he!

K: Ten eerste, echt een super leuke collectie op je site.

M: Dankjewel! Ben je zelf actief fietser?

K: Nou, ik ben net van de fiets gestapt. Ik was net op tijd thuis.

M: Oh kijk, cool. Ik zat zelf een beetje te twijfelen, want ik ben zelf meer een mooi weer fietser. De zon mag wel iets harder gaan schijnen voor mij om te gaan. Misschien vanmiddag.

K: Ik hoop dat dan ook de wind wat gaat liggen, want ik stond stil op de Oesterdam.

M: Oh shit ja. Valt toch tegen dan he?

K: Ja, best wel. Vooral als je in je eentje bent, dan kan je niet echt afwisselen.

M: Hm ja, dan denk ik wel dat ik dan extra hard heb getraind, maar ik heb toch liever wind mee.

K: Haha, ja precies! Over je bedrijf. Ik vroeg mij heel erg af wat voor doelgroep jij precies met jouw bedrijf wilt aanspreken.

M: Goede vraag. Toen ik starte dacht ik van nou, ik ben zelf 29, ik ga kleding maken voor meiden zoals ik, want ik merkte zelf gewoon echt dat wat ik zocht, dat was er gewoon niet. Dus die had ik voor ogen. Ik had er toen eerlijk gezegd helemaal geen marktonderzoek naar gedaan. Ik deed het als side-project naast mijn fulltime baan van, ik ga het eens proberen. En gaande weg kwam ik er eigenlijk achter dat mijn klanten een

stuk ouder zijn dan ik dacht. Er zijn ook genoeg jonge meiden die mijn kleding kopen, maar ik heb ook heel veel klanten tussen de 40 en 60 die mijn kleding kopen. Ik denk dat dat toch het grootste deel is. Dat was voor mij wel verrassend maar wel alleen maar leuker want dat zijn vaak toch mensen die een groot netwerk hebben en ook vriendinnen hebben die ook fietsen en graag hun mening delen. De jongere generatie is wat vluchtiger en koopt überhaupt meer online. Zij zijn misschien wat minder trouw. Ik ben dus wel blij met de doelgroep die ik heb.

K: Dus je ziet eigenlijk dat die oudere doelgroep wat vaker terugkeren naar je site?

M: Ja, ik heb echt een aantal hele trouwe klanten die de kwaliteit mooi vinden en de designs elk jaar leuk vinden, dus het is elk jaar niet de vraag of ze iets kopen, maar meer “welke ga ik kopen”.

K: Dus kiezen eigenlijk voor jouw bedrijf puur om het design en de kwaliteit van je kleding of ook om het gebruik in je website?

M: Dat weet ik niet. Ik heb wel Hotjar, ik weet niet of je die tool kent. Ik ben Digital Marketeer van beroep dus ik kijk wel naar hoe de mensen de site gebruiken, op welke knoppen ze klikken en wat voor dingen ze bekijken, maar ik krijg eigenlijk nooit echt feedback van mensen over hoe ze nou die site





INGEKLIKT

vinden werken. Zoals ik al zei, ik heb natuurlijk hiernaast mijn fulltime baan, dus ik heb ook geen capaciteit om uitgebreid onderzoek te doen. Het is meer dat ik zelf in een werkveld zit waar onder andere usability van websites heel belangrijk is en ik met die achtergrond ernaar kan kijken en weet hier moet wel of niet een button staan, het is waardevol om dit of dat toe te voegen. Als ik veel vragen krijg over de zeem, maar ik bijvoorbeeld een factsheet over de zeem en waar je alle informatie kan vinden over de samenstelling, waar die geschikt voor is en wat de afmetingen zijn. Op die manier probeer ik wel mijn site steeds te verbeteren.

K: Ja, en dat doe je dan ook door middel van je blogs?

M: Ja dat ook, dan pak ik veel gestelde vragen en bekende onderwerpen waar mensen dingen over willen weten en waar ik ze over spreek, probeer ik dan het antwoord op te zoeken. Dus als ze zeggen “ik heb veel zadelpijn” dan kun je dat deels opvangen met een goede zeem in je broek, maar je kunt ook zo’n bikefitting doen. Maar hoe werkt dat dan precies? Dan ga ik eerst met een bikefitter in gesprek over hoe werkt dat en waarom moeten mensen dat doen volgens jou? En dan schrijf ik daar een artikel over.

K: Even kijken, want ik had ook als vraag: waar heb jij de juiste mensen en kennis vandaan gehaald om jouw bedrijf tot een succes te maken buiten jouw baan als Marketing Manager. Dus je gaat eigenlijk allerlei specialisten af?

M: Het is denk ik een kwestie van netwerken, je komt via-via

altijd weer met mensen in contact. Ik zocht bijvoorbeeld merkfietsen voor een fotoshoot en die shoot die moest in Zwolle plaatsvinden, want dat was voor de modellen en de fotograaf het handigst. Dan ga ik kijken welke fietsenzaken er zijn in Zwolle, welke merken zijn daar aanwezig. Misschien is er iets van een start-up brand waar leuk is mee samen te werken. Nou, en dat blijkt dan ook nog deels van een fietsenmaker te zijn. Dan ga ik ook nog even met die fietsenmaker in gesprek. En die brengt mij dan vervolgens weer in contact met een bikefitter dus zo leer je gewoon mensen kennen.

K: Wat maakt jou blij tijdens je werk?

M: Wat niet! Ik zeg ook altijd tijdens interviews van: ik doe dit niet om er rijk van te worden, want ik heb een fulltime baan dus mijn inkomen heb ik. Wat ik echt enorm leuk vind is het contact met mijn klanten. Het zijn natuurlijk vrouwen, dus dat communiceert makkelijk. Ik krijg allemaal leuke feedback, vinden het ook leuk om mij aan te raden, om hun verhalen te delen. Ik krijg echt regelmatig vakantiefoto's toegestuurd en hele verhalen van "ja onze buurvrouw op de camping was ook helemaal enthousiast en die gaat ook iets bij je kopen" of "we hebben met het hele vriendinnengroepje hetzelfde setje gekocht want dan zijn we nu een Ingeklukt team. Daar word ik echt ontzettend blij van. Dat is echt waar ik het voor doe.

Mijn missie is ook de wielerwereld mooier maken. En dan bedoel ik niet alleen mooie kleding, maar ik bedoel: je hebt

nou eenmaal meer mooie vrouwen dan mooie mannen op de wereld en het is gewoon leuk om steeds meer vrouwen tegen te komen op de fiets. En dat die dan ook met een grote glimlach rondfietsen omdat ze zojuist bij het stoplicht een compliment hebben gekregen van iemand van "hee wat zie jij er leuk uit". Daar doe ik het voor. Een stukje meer zelfvertrouwen, meiden onder elkaar. In plaats van mannen van: ik ga harden dan jij, dat hebben vrouwen ietsjes minder, die gaan toch iets meer voor hun plezier en om lekker buiten te zijn, met vriendinnen erop uit te gaan. In ieder geval de klanten die bij mij kopen. Natuurlijk zijn er meiden die gewoon heel hard trainen.

K: Maar wij richten ons meer op het leuke deel van de sport.

M: Ja inderdaad, het plezier en het werken aan jezelf, aan je fitheid, maar niet van "ik moet maatje 36 hebben". Maat 4xl kan je ook bij ons kopen, als jij je maar goed voelt en met plezier op je fiets stapt en dat met zelfvertrouwen doet. Dat je denkt: ik mag er ook zijn en mag ook mee doen. Dat gevoel.

K: Super leuk, super bedankt voor je tijd.

M: Graag gedaan.

K: Ik ben weer eens stuk opgeschoten dus ik ben super blijf.

M: Oke top, wanneer ga je afstuderen?





INGEKLIKT

K: Ik hoop juni, want ik zit nu nog in het begin van mijn onderzoek. Daarna ga ik dan een concept maken voor een webshop waar verschillende merken te koop zijn. Maar ik ben nu nog heel erg in de onderzoeksfase.

M: Ik zat nog te denken, volgens mij dat Lovecycling, die hebben een soort webshop waar ze verschillende merken voor vrouwen samenvoegen.

K: Ik ben namelijk al een aantal dingetjes tegengekomen, maar dan was het of lastig aan te kopen of super duur dat je denk, als een beginnend wielrenster ga je niet 300 euro aan een pak uitgeven.

M: Ja ik zit even te denken, want als je meer merken als mij zoekt, je kunt naar Susie Cyclewear kijken. Ik weet niet of België ook een optie is, maar daar heb je Little Black Cycling.

K: Dat klinkt ook wel bekend ja. Ik woon in het zuiden van Nederland nu, dus ik kom regelmatig in België.

M: Oh dat is dan super. Je hebt ook nog 4LMNTS maar die hebben al heel lang geen nieuwe collectie gemaakt dus ik denk dat die ermee stoppen. Dat zijn ook een paar meiden die zo een merk hebben gestart. Dat zijn allemaal mijn concurrenten zegmaar. Maar die kan je vast bellen, die vinden het vast ook wel leuk om hun verhaal te vertellen.

K: Oke, bedankt voor de tip!

RESULTATEN INTERVIEW

De hoofdpunten die meegenomen worden uit het interview en de literatuurstudie naar het verdere onderzoek zijn:

- Niet alleen vanuit je eigen visie, maar vooral klantonderzoek doen.
- Jongere generatie is vluchtiger en minder trouw dan de oudere generatie. Daarom misschien goed om ook te kijken naar de oudere generatie, dames van 40 tot 60 jaar.
- Als je ergens veel vragen over krijgt, een artikel erover schrijven op je site. Aanbieden waar vraag naar is.
- Door te netwerken aan de passende informatie komen. Ga naar professionals om hun expertise te gebruiken.
- Contact opnemen met Susy Cyclewear en Little Black Cycling.



