

# Communicatiedocument

## Versie beheer

| Versie | Datum          | Persoon            | Aanpassingen  |
|--------|----------------|--------------------|---|
| 1.0    | 23 - 04 - 2019 | Nick Gnade         | Doelstelling en doelgroep opgesteld   |
|        |                | Rick van Gerwen    | Positionering, propositie en media/middelen opgesteld   |
|        |                | Ahmed Gigi         | Doelgroep opgesteld, SWOT opgesteld, missie opgesteld, visie opgesteld                          |
|        |                | Ruben van Grinsven | Inleiding opgesteld, probleemanalyse opgesteld, SWOT opgesteld, Communicatiestrategie opgesteld |
| 2.0    | 23 - 04 - 2019 | Nick Gnade         | Toevoeging zwakte SWOT analyse, verbetering zinsopbouw missie en middelen                       |
|        |                | Ahmed Gigi         | Toevoeging propositie, toevoeging zwakte SWOT   |
|        |                | Rick van Gerwen    | Missie verbeterd  |
|        |                | Ruben van Grinsven | Tekst doelstelling verbeterd  |
| 2.1    | 24 - 04 - 2019 | Rick van Gerwen    | Spelcheck   |

## **Inleiding:**

Het bedrijf TDE heeft een app gemaakt voor de KNVB genaamd KNVB Oranje. In deze app kun je de scores volgen van de nationale elftallen van Nederland. Zo ook de wedstrijden van de oranjeleeuwinnen in het aankomende WK Vrouwenvoetbal. Wij hebben de opdracht gekregen om een nieuwe functie te bedenken voor de app. Deze functie valt in het kader van AR en met de categorie 'Face', denk hierbij aan filters die gebruikt worden op Instagram, Snapchat en Facebook. Het doel van de extra functie is meer gebruikers de app te laten gebruiken en meer mensen te betrekken bij het vrouwenvoetbal.

## **Probleemstelling:**

“Hoe kan AR een verrijking zijn van de experience van het WK Vrouwenvoetbal 2019 tijdens en rondom wedstrijden voor hen die niet bij de wedstrijd(en) zijn?”.

## SWOT-analyse:

| <b>interne factoren</b> | <b>sterktes</b>   | <b>zwaktes</b>  |
|-------------------------|---|---|
|                         | <p>24/7 beschikbaar</p> <p>Voor zowel Android als iOS</p> <p>Alle informatie rondom WK</p> <p>Filters zijn populair</p> <p>Deelbaar op social media</p>   | <p>Externe app, dus geen app zoals snapchat en instagram</p> <p>Filters niet beschikbaar op Instagram of Snapchat</p> <p>Minder breed publiek binnen de app t.o.v. andere apps</p> <p>Gedeeltelijk afhankelijk van internetverbinding</p>   |
| <b>externe factoren</b> | <b>kansen</b>   | <b>bedreigingen</b>   |
|                         | <p>Voetbal is een populaire sport</p> <p>Filters worden al veel gebruikt</p> <p>Samenwerking met partner</p> <p>Kan doorgezet worden voor na het WK voor andere evenementen (bijv. eredivisie etc.)</p> <p>KNVB krijgt meer conversie</p> | <p>De app wordt niet gebruikt (Waarom knvb app als je snapchat en instagram hebt)</p> <p>Software is te gecompliceerd</p> <p>Te weinig tijd (WK begint over 2 maanden)</p> <p>Filters slaan niet goed aan op doelgroep</p> <p>Mensen geven geen toestemming voor publicering i.v.m. privacy</p> |

## **Doelstelling (SMART):**

De KNVB app zal met onze toevoeging van filters voor een betere ervaring zorgen tijdens het WK vrouwenvoetbal. De app zal voor de supporters zijn die niet bij de wedstrijd zijn, of de mogelijkheid niet hebben om de wedstrijd te bekijken. Het gaat er voor zorgen dat de mensen thuis mee kunnen leven en hun emoties kan laten zijn tijdens het WK in Frankrijk.

### **De doelstelling is ook SMART opgesteld:**

De face functie binnen de KNVB Oranje app is tijdens het WK vrouwenvoetbal in 2019 een verrijking van de experience voor de thuisblijvers. De gebruikers kunnen hun emoties uiten en laten zien dat ze onze vrouwen supporten tijdens het WK.

## **Doelgroep:**

De doelgroep voor de face functionaliteit binnen de KNVB Oranje app is erg breed. Je kunt de doelgroep onderscheiden in twee delen. De mensen die de app al hebben gedownload, de kans is groot dat zij deze functionaliteit zullen gebruiken tijdens het WK. Zij beschikken namelijk al over de app en het is voor hun geen extra drempel meer om de app te installeren op hun telefoon.

Het andere deel bestaat uit de mensen die de app nog niet hebben maar wel geïnteresseerd zijn om de app te gebruiken. Deze personen zullen extra gemotiveerd moeten worden om de app te gebruiken, omdat ze het eerst nog moeten downloaden. Dit is een zeer grote doelgroep, omdat het bestaat uit iedereen die interesse heeft in Nederlands vrouwenvoetbal.

## **Positionering:**

Door het inzetten van de filter op de eigen KNVB Oranje app geeft dit ons als bedrijf meer mogelijkheden. Middels de functionaliteiten binnen de huidige app kunnen de foto's makkelijk worden voorzien met het scoreverloop of elementen van de huidige wedstrijd.

Zo kan de foto worden voorzien van extra elementen zoals de (live)score of een gemaakt doelpunt. Verder kunnen de genomen foto's makkelijk worden verzameld doordat deze worden genomen binnen de app. Hierdoor kunnen wij als bedrijf makkelijker een extra product opzetten. Dit product is in de vorm van een video als samenvatting van het legioen.

## **Propositie:**

Door de gratis te downloaden KNVB Oranje app te gebruiken kun jij jouw support laten zien aan de Oranje leeuwinnen. Door het inzetten van meerdere filters zit er altijd wel iets bij wat jij leuk vindt. Daarnaast geven wij jou de mogelijkheid om je foto te voorzien van extra elementen, waardoor je hierdoor je foto een extra boost kunt geven. Ook kun jij deel maken van de samenvatting die na elke wedstrijd wordt gemaakt.

## **Visie:**

Bij alle grote sportevenementen worden filters gebruikt als experience voor de mensen die niet aanwezig kunnen zijn bij de wedstrijden.

## **Missie:**

Een verrijking zijn voor supporters die niet aanwezig kunnen zijn bij de wedstrijden van de Oranjeleeuwinnen tijdens het WK Vrouwenvoetbal 2019 door het inzetten van AR binnen de KNVB Oranje app.

## **Boodschap:**

Tijdens het WK hoef je alleen maar de KNVB app te hebben voor alle informatie over het WK en krijg je een extra experience met leuke interactieve filters die je kunt delen met anderen.

## **Communicatiestrategie:**

We hebben de mogelijkheid voetbalsters in te zetten om de filters te promoten. Dit kunnen ze doen door zelf een filter te uploaden op hun sociale media. Tevens kunnen er sociale media campagnes gemaakt worden, die worden weergegeven op Instagram en Facebook.

In het geval dat de app al gebruikt wordt, kan er door middel van de gedeelde foto's reclame gemaakt worden.

## **Middelen/media:**

### *Filters-concept:*

De filters kunnen enkel gebruikt worden in de KNVB Oranje app. Daarnaast kan de genomen foto gedeeld worden met een ingebouwde share-functie. Maar op deze vervolgstap rust geen invloed vanuit de app.

### *Video-concept:*

Na elke wedstrijd zal er een 'video van het legioen' online komen. Deze video zal verschijnen op de verschillende sociale mediums van de KNVB. Hiervoor zal de Facebook OnsOranje worden gebruikt (489.432 volgers) en Youtube-account OnsOranje (126.574 abonnees). De video's zullen dus ook bewust niet verschijnen op de hoofdaccounts van de KNVB. Op de Instagram van OnsOranje (474.000 volgers) kunnen kleine fragmenten verschijnen met een verwijzing naar de video, maar door de beperkte mogelijkheden zal hier niet de gehele samenvatting op te zien zijn.