ESS: nu ook ondersteuning bij social media

28-09-2018 00:04



“We bieden al een aantal jaar succesvol het ESS-programma aan om ondernemers meer omzet te laten halen. De belangrijkste focus binnen het programma is dat we moeten zorgen dat meer klanten naar de winkel komen. Daarvoor geven we ondersteuning in de vorm van marketingmiddelen, landelijke campagnes en trainingen.” Michiel van Haperen is verantwoordelijk voor het VBS-kanaal en kijkt continu samen met zijn marketingcollega’s hoe ze zoveel mogelijk het regionale bereik van de ESS-dealers kunnen verhogen. “Daarvoor bieden we hen nu ook praktische ondersteuning bij social media, zoals Facebook en Instagram.”

Online oriëntatie en vindbaarheid

“Het is geen nieuws om te constateren dat klanten steeds vaker eerst online oriënteren voordat zij verf aanschaffen. Dan moet je zorgen dat je als winkel ook daar zichtbaar bent, naast traditionele uitingen in bijvoorbeeld regionale bladen, flyers en abri’s. Een gedeelte van de ondernemers is daar al actief mee, maar sommigen weten niet hoe ze dit het beste aan kunnen pakken of zoeken naar mogelijkheden om dit op een efficiëntere manier te kunnen inrichten en onderhouden. Daarvoor hebben we een online activatieplan geïntroduceerd. De helft van de ESS-winkels doet inmiddels mee, dus we voorzien in een behoefte.”

Het ESS-online activatieplan

Concreet betekent dit dat een ESS-winkel advies en ondersteuning kan krijgen van een socialmediaspecialist. Bedrijven die zakelijk al actief zijn op Facebook of Instagram kunnen deze onder de loep laten nemen en krijgen suggesties om hun content te verbeteren. Ondernemers die nog niet actief zijn kunnen een eigen account volledig laten inrichten. “Maar met een account alleen ben je er nog niet. Je moet zorgen voor een frequente stroom aan relevante berichten. Wij zetten om de week een bericht klaar dat gedeeld kan worden via social media. Dit kunnen advertenties of informatieve berichten zijn, zoals how to’s of welke producten je voor welke klus kunt gebruiken. Ook zorgen wij ervoor dat een ESS-winkel online regionaal beter zichtbaar wordt door betaald te adverteren. Dit gebeurt bij bepaalde doelgroepen in de regio van de winkel. Uiteraard hebben ondernemers zelf ook de mogelijkheid om berichten, nieuws en foto’s te plaatsen”, zegt Van Haperen.

Betere betrokkenheid

Bij Sikkens zijn ze enthousiast over de resultaten van de nieuwe diensten. “Deze scoren boven verwachting. We zien hoge scores bij het aantal mensen dat een bericht ziet in de omgeving van de winkel. De allerbelangrijkste score is het engagement, die is hoog. Dat betekent dat iemand iets met een bericht doet, zoals liken, delen of interessant vinden. Dat percentage ligt veel hoger dan gemiddeld, dat betekent een betere betrokkenheid van de consument bij de ESS-dealer en dat is precies wat je wilt.” Sikkens streeft ernaar om zoveel mogelijk interessante content te maken om het engagement te verhogen en om zoveel mogelijk de pagina van de ondernemer te laten volgen “Daardoor wordt een winkel meer in de markt gezien.”

“Met het ESS-programma hebben ondernemers de mogelijkheid om zelf keuzes te maken. Met deze toevoeging laten we zien dat je social media ook zakelijk eenvoudig kunt inzetten. We bieden hiervoor nu ook een nieuwe module bij de online trainingen aan, waarmee je kunt leren om zelf actief en succesvol te zijn op social media.”

Robert Drolinga - OBM

“ESS-ers zijn echte vakmensen, maar op marketinggebied hebben ze vaak geen specialisten in dienst. Uitstraling en online zichtbaarheid van je winkel zijn belangrijk. Een website heeft iedereen, maar het lastige aan social media is dat dit continu gevuld moet worden. Terwijl je daar wel snel mee kunt scoren. In de aanloopperiode hebben we ons gericht op het zichtbaar zijn, dat gaat heel goed nu. Het totaal bereik is nu al 250.000 views. En we adverteren ook op specifieke groepen. Het resultaat is dat winkels meer betrokkenheid krijgen op social media, waarbij we ons ook richten op traffic naar de winkels.”

Redactie MIXpress