11/6/2010

ONDERZOEK VOOR AFFILIATE4YOU

SOCIAL MEDIA & AFFILIATEMARKETING

| Scriptie Marloes Smit | Studentnummer 1516265 |
| Bedrijf : Affiliate4you |

Voor u ligt een document dat in opdracht voor Affiliate4you geschreven is en gaat over affiliatemarketing en social media.

Utrecht, 11/6/2010, studiejaar 2010

Hogeschool Utrecht

Begeleidend docent: Kjell van der Giesen

Samenvatting

Social media omvat sociale netwerken als Hyves, Twitter, Facebook maar ook Youtube en vergelijkingssites waar consumenten hun waardering voor producten achter kunnen laten en producten kunnen kopen.

Ik heb onderzoek gedaan naar de huidige social media activiteiten van affiliatenetwerken, maar vooral hoe consumenten, webshops, fabrikanten en webmasters hier iets mee kunnen doen. Daarbij heb ik gekeken wat zij momenteel al op deze platformen doen, wat de verwachtingen voor de toekomst zijn en hoe Affiliate4you dit uiteindelijk in kan gaan zetten. De resultaten uit mijn onderzoek heb ik voorgelegd aan een aantal social media experts. Na deze interview ben ik tot mijn conclusie gekomen dat Affiliate4you deze kanalen het beste in kan zetten:

- Twitter
- Combinatie tussen Facebook en Hyves
- Vergelijkingssites

Facebook en Hyves zullen vooral gebruikt worden voor exposure. Deze profielen kunnen goed gevuld worden met tekstlinks, foto's, video en andere manieren om leden op deze communities actief te maken. Nadeel hiervan is dat er vaak geen directe sales uit gemeten kunnen worden omdat deze netwerken meer uit exposure overwegingen ingezet moet worden en consumenten niet op allerlei salesgerelateerde Hyves- of Facebookaccounts zitten te wachten.

Twitter en vergelijkingssites zijn directer te meten qua sales dan Facebook en Hyves.

Twitter moet vooral gebruikt worden om webmasters op de hoogte te houden van lopende acties, maar ook naar consumenten kunnen er leuke acties verstuurd worden en moet er gereageerd worden op klantvragen.

Vergelijkingssites zullen zeer positief ontvangen worden omdat er binnen de jonge gezinnenbranche nog weinig vergelijkingssites te vinden zijn en Affiliate4you dus een nieuwe kans kan creëren en dus zeker salesverhogend gaat werken omdat veel Nederlanders tijdens hun oriëntatiefase op vergelijkingssites gaan kijken.

Kernwoorden:

Social media / Affiliatemarketing / Nichebranche

Deze scriptie is alleen bedoeld voor intern gebruik bij Affiliate4you.

Inhoudsopgave

Inleiding 5
1.0 Wat is social media? 6
1.1 De definitie: social media 6
1.2 Hoe ik social media zou omschrijven. 7
1.3 Geschiedenis 8
2.0 Social media en bedrijven. 9
3.0 Affiliatenetwerken en social media 12
3.1 Affiliate4you en social media 12
3.2 M4N en social media 12
3.3 Daisycon en social media 13
3.4 Tradedoubler en social media 13
3.5 Trade Tracker en social media 13
3.6 Toepasbaarheid Affiliate4you 14
4. 0 Onderscheid groepen. 15
Consumenten. 15
Webshops. 15
Fabrikanten. 15
Webmasters. 15
4.1 Consumenten. 16
4.1.1 Consumenten en Hyves 16
4.1.2 Consumenten en Twitter 18
4.1.3 Consumenten en Facebook 19
4.1.4 Consumenten en LinkedIn 21
4.1.5 Consumenten en Blogs 21
4.1.6 Consumenten en Youtube 22
4.1.7 Consumenten en vergelijkingssites 23
4.1.8 Analyse overzicht consumenten 25
4.2 Webshops 27
4.2.1 Webshops en Hyves 27
4.2.2 Webshops en Twitter 28
4.2.3 Webshops en Facebook 28
4.2.4 Webshops en LinkedIn 29
4.2.5 Webshops en Blogs 30

4.2.6 Webshops en Youtube 30
4.2.7 Webshops en vergelijkingssites 31
4.2.8 Analyseoverzicht van webshops 32
4. 3 Fabrikanten 34
4.3.1 Fabrikanten en Hyves 34
4.3.2 Fabrikanten en Twitter 35
4.3.3 Fabrikanten en Facebook 36
4.3.4 Fabrikanten en LinkedIn 37
4.3.5 Fabrikanten en Blogs 38
4.3.6 Fabrikanten en Youtube 38
4.3.7 Fabrikanten en vergelijkingssites 39
4.3.8 Analyseoverzicht van Fabrikanten 41
4.4 Webmasters 43
4.4.1.Webmasters en Hyves 43
4.4.2 Webmasters en Twitter 43
4.4.3 Webmasters en Facebook 44
4.4.4 Webmasters en LinkedIn 45
4.5 Webmasters en Blogs 45
4.4.6 Webmasters en Youtube 46
4.4.7 Webmasters en vergelijkingssites 46
4.4.8 Analyseoverzicht webmasters 48
5.0 SWOT-analyse Social Media en Affiliatemarketing 50
Sterktes 50
Zwaktes 50
Kansen 50
Bedreigingen 50
6.0 Interviews 52
6. 1 Vragen: 52
6.2 Analyse Koterkado. 57
7.0 Conclusie: “ Hoe kan affiliatemarketing toegepast worden op social media?” 58
7.1 Aanbevelingen 59
8.0 Dankwoord. 61
BIJLAGE 62

Inleiding

Affiliate4you is een affiliatenetwerk dat gespecialiseerd is in de jonge gezinnenbranche en houdt zich bezig met affiliatemarketing; online marketing waarbij de webwinkel (adverteerder of merchant) de affiliate (uitgever/webmaster) betaalt voor elke bezoeker, lead of sale die hij genereert via zijn/haar website(s), nieuwsbrieven of zoekmachine campagne.[1]

Affiliate4You is opgericht in begin 2008. Het bedrijf is al een aantal jaren actief in affiliatemarketing met veel webmasters die adverteerders via Affiliate4you promoten, maar zij zijn ook zelf webmaster met o.a. de website Babyplaats.nl en ouders-shoppen-online.nl en andere nichesites.

Waar andere affiliatebedrijven zich richten op brede markten(van elektronica tot verzekeringen) ligt voor Affiliate4You de focus specifiek op de jonge gezinnen branche.

Aangezien Affiliate4you actief is op internetgebied lag de vraag bij het bedrijf of zij ook iets met social media kunnen doen, een trend waar momenteel veel over geschreven wordt en steeds meer bedrijven gebruik van (moeten!) maken.[2]

De hoofdvraag van dit onderzoek is:

" Hoe kan affiliatemarketing toegepast worden binnen social media?"

Hierbij ga ik naar verschillende deelvragen kijken die daarbij horen:

- Wat is social media en hoe heeft het zich de laatste jaren ontwikkeld?
- Wat doet de concurrentie van Affiliate4you op social media gebied?
- Wat doen consumenten met social media?
- Wat doen webshops met social media?
- Wat doen fabrikanten met social media?
- Wat doen webmasters met social media?

In het onderzoek zal er zowel over Affiliate4you als affiliatenetwerk als Affiliate4you als webmaster gesproken worden.

[1] http://nl.wikipedia.org/wiki/Affiliate_marketing

[2] http://www.netlash.com/blog/detail/waarom-sociale-media-en-blogs-levensnoodzakelijk-zijn-voor-bedrijven

1.0 Wat is social media?

Voordat we kunnen gaan kijken welke ontwikkelingen social media de afgelopen jaren doorgemaakt heeft en hoe dit er wellicht in de toekomst uit komt te zien is het zinvol om te kijken wat social media nou precies is.

1.1 De definitie: social media

Social media is een begrip dat steeds vaker gebruikt wordt. Om hier zelf een goede omschrijving aan te geven is het goed om te kijken wat voor verschillende definities er gebruikt worden door experts:

'Social media is de verzameling van toegankelijke online media waar mensen kunnen delen, waarderen en creëren; de uitkomsten hiervan kunnen op hun beurt door mensen verrijkt en geconsumeerd worden , wat kan leiden tot gemeenschapsvorming. Social media is een verzameling online communicatievormen en -technieken waarbij de geproduceerde media door en voor velen gemaakt wordt. Heel kort door de bocht gezegd is 'social media' online veel–op–veel communicatie. '[3] (Robbie 't Jong)

'Volgens mij is social media een alias voor virtuele gemeenschappen, net zoals dat voor de term "user generated content" zou gelden. Het internet is een medium, een virtueel medium. Media = meerfout voor medium, dus daarmee kunnen we het niet afbakenen. Virtuele gemeenschappen hebben als kenmerk dat het om sociale processen gaat. Helaas is de term virtuele gemeenschappen inmiddels uit de gratie aan het raken, maar er komen weer allerlei nieuwe termen voor in de plaats. Ik denk dat dit er een van is.'[4] (Jeroen van der Wiel)

'Social media is meer een koepelterm waar 'virtuele gemeenschappen' deel van uitmaken. Een 'social media' vorm die bij uitstek een virtuele gemeenschap is, is bijvoorbeeld Hyves of LinkedIn, orkut etc. Bij deze sites is de 'gemeenschap' waar je deel van uitmaakt ook het expliciete doel van de site. Maar bij andere social media ligt de nadruk niet op het feit dat er sprake is van een gemeenschap, maar bijvoorbeeld op het vergaren van kennis (Wikipedia) of het delen van nieuws (Ekudos). Er zijn dus meerdere soorten social media die niet (perse) virtuele gemeenschappen zijn en die het sowieso niet als doel hebben.'[5] (Ramon Eijkemans)

'Eenvoudig gezegd zijn dit communicatiekanalen die het mogelijk maken dat mensen online hun mening kunnen ventileren, ervaringen kunnen delen en met elkaar in contact kunnen staan. Hiervoor hebben ze enkel een computer en een internetverbinding nodig.
Deze social media zijn erg divers, met elk een eigen publiek en methoden van communicatie: voorbeelden zijn Facebook, Youtube, Twitter, Netlog, Hyves, Myspace, Songza, Grooveshark, LastFM, ...noem maar op. [6]

Maar bij andere social media ligt de nadruk niet op het feit dat er sprake is van een gemeenschap, maar bijvoorbeeld op het vergaren van kennis (Wikipedia) of het delen van

---

[3] http://www.robbietjong.nl/blog/?p=172

[4] http://www.monlog.nl/logs/2007-05-11-wat-is-social-media/

[5] http://www.monlog.nl/logs/2007-05-11-wat-is-social-media/

[6] http://www.webmasterstart.nl/virale-marketing/wat-zijn-social-media.html

nieuws (ekudos). Er zijn dus meerdere soorten social media die niet (perse) virtuele gemeenschappen zijn en die het sowieso niet als doel hebben. '[7]

'1. Social Media gaat over conversaties mogelijk maken
2. Je kan de conversaties niet controleren, maar wel beïnvloeden.
3. Beïnvloeden legt de basis voor alle levensvatbare economische relaties. '[8]

1.2 Hoe ik social media zou omschrijven.

Nadat ik gekeken heb hoe andere mensen social media hebben omschreven heb ik hier een samenhangende definitie aan gegeven en ben ik social media onder gaan verdelen.

Mijn definitie: 'Social media zijn verschillende platformen waar mensen met elkaar in contact kunnen komen, reacties op elkaar kunnen geven en dingen met elkaar kunnen delen.' De platformen die tot social media behoren kunnen ingedeeld worden in 3 groepen:

1. Communicatie

- Blogs, forums, discussiegroepen
- Microblogs: Twitter, Jaiku
- Sociale Netwerken: Hyves, LinkedIn, Facebook, MySpace
- Chat: MSN, Yahoo

2. Samenwerken

- Wikis: Wikipedia
- Social Bookmarking: Delicious, Yahoo Bookmarking, Fisz, Digg
- Social News: NUjij.nl, Reddit, Tagmos, Ekudos, Newsvine
- Opinion Sites: epionion, kieskeurig.nl, vergelijk.nl

3. Multimedia

- Foto delen: Flickr, Zooomr, SmugMug
- Video delen: Youtube, Vimeo
- Livecasting: Ustream.tv, Justin.tv

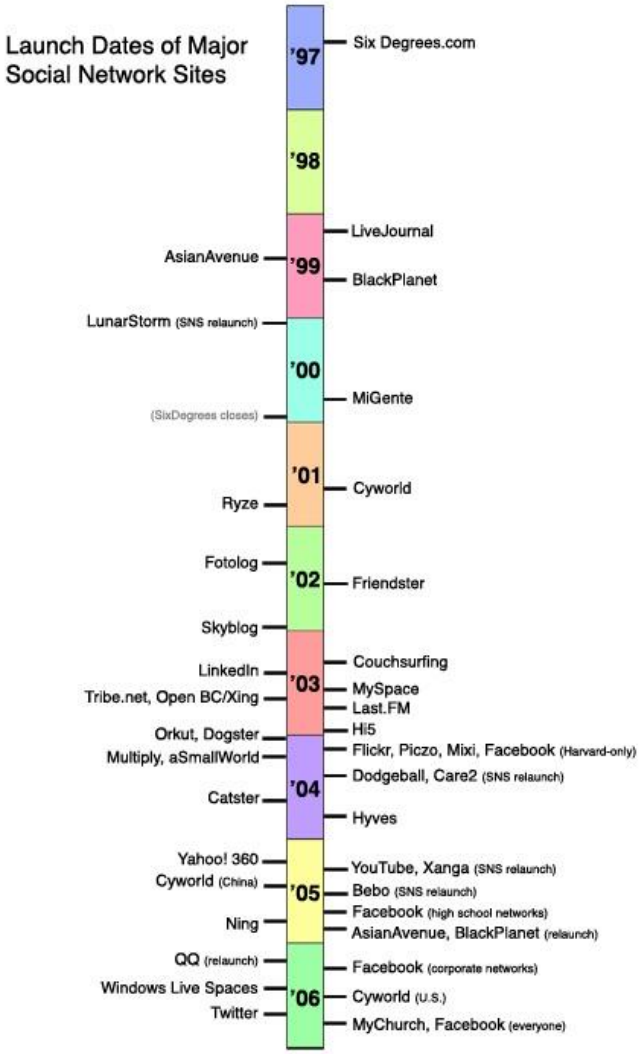
[7] http://www.webmasterstart.nl/virale-marketing/wat-zijn-social-media.html

[8] Boek: The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success. Door Lon Safko,David Brake, p. 5

1.3 Geschiedenis

Het is onduidelijk waar en wanneer de term social media ontstaan is. Van de meest bekende vorm van social media, social communities, is meer bekend.

De eerste sociale netwerksite was SixDegrees . Deze werd gelanceerd in 1997 en had op haar hoogtepunt een miljoen gebruikers. De site bood de mogelijkheid voor gebruikers om profielen te creëren en vrienden te worden met andere gebruikers. Doordat het zo goed liep werd de site overgenomen. Na de overname ging het bergafwaarts en werd het in 2001 afgesloten.[9]



Grote ontwikkelingen in sociale netwerken en media ontstonden in de vroege jaren 2000, toen de massacommunicatie via het internet steeds beter een weg vond.[10]

Sociale Media is een onderdeel geworden van onze samenleving**.** Denk aan websites om foto's en video's te delen, nieuwe mensen te ontmoeten of in contact te komen met oude vrienden. Het aanbod is enorm en er bestaan sociale netwerken voor allerlei doelgroepen. Er zijn nu sociale netwerken voor vrijwel elke hobby of belangengroep. [11]

Er is nu zelfs een communitie die zich richt op de branche waar Affiliate4you actief is; namelijk Togetherville: een social communitie voor ouder en kind.[12]

[9] http://mbresseel.spaces.live.com/Blog/cns!33234018BF280C82!345.entry?sa=913421765
[10] Boek: E-business en e-commerce: een managementperspectief, Dave Chaffey

[11] http://www.internetopleidingen.be/2009/10/sociale-media-geschiedenis-aanbod-en-evolutie/
[12] http://www.dutchcowgirls.nl/social/3844

2.0 Social media en bedrijven.

Wanneer bedrijven over willen gaan op social media moeten zij goed kijken of dit binnen hun missie, visie en strategie past. De inzet van social media zorgt er namelijk voor dat mensen anders om gaan met kennis en informatie, wat enkele grote gevolgen heeft voor bedrijven:[13]

1. Het potentiële lezersbereik wordt groter door de online publicatie
2. Het bereik kan heel specifiek gericht zijn op een interessegroep of doelgroep, wat zeker voor Affiliate4you(niche) dus positief is omdat mensen deze informatie zelf beschikbaar stellen
3. De informatie blijft online toegankelijk & langer beschikbaar
4. De informatie is te bereiken door een zoekmachine
5. Andere gebruikers kunnen reageren op informatie (feedback) en hierdoor kan er een dialoog ontstaan(alleen maar positief voor bedrijf!)
6. De informatie kan als marketingtool fungeren (genereert bijvoorbeeld traffic naar de website)
7. Informatie is niet langer gecentraliseerd (zoals radio, tv), social media geeft gebruikers ruimte en mogelijkheden om zelf informatie te publiceren
8. Aanwezigheid op social media stelt de klant in staat om rechtstreeks en persoonlijk contact op te nemen
9. De gebruiker is niet langer onderdeel van een passief publiek, maar actief deelnemer in de participatiecultuur. Dit geeft klanten tevens macht, hun stem wordt immers gelezen door andere (potentiële) klanten!

De inzet van social media heeft dus veel gevolgen voor bedrijven, maar dit zijn tevens ook hele positieve veranderingen. De drempel tot contact wordt door het internet veel kleiner en ook de marketing kan veel gerichter plaatsvinden.

Veel bedrijven willen daarom graag aanwezig zijn op social media platformen, maar hebben geen idee hoe zij dit in willen gaan zetten. [14] De aanwezigheid op sociale netwerken zorgt er bovendien voor dat de vindbaarheid van het bedrijf/website e.d. beter wordt.[15] Ook wordt er vaak geroepen: Is mijn doelgroep wel aanwezig binnen Social Media en heeft het dus zin om hier tijd in te gaan steken?

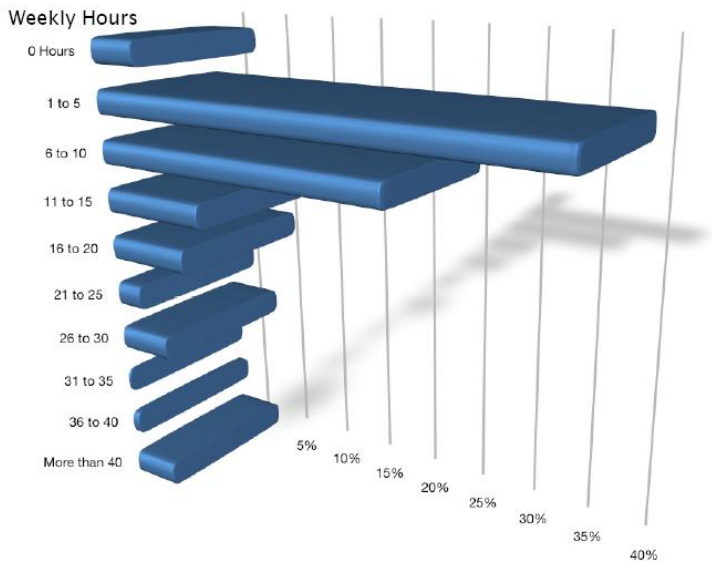
Om op deze vraag een antwoord te krijgen moet een bedrijf een vooropgesteld social media plan hebben. Wanneer het bedrijf geen idee heeft waar de doelgroep aanwezig is en zonder vooropgesteld plan social media in gaat zetten, is het gedoemd om te mislukken. Bedrijven die wel een social media beleid voeren, geven aan dat het effectief is (ongeveer 63% van de ondervraagden). [16] Van alleen maar acties plaatsen wordt niemand blij; de consument eist meer op gebied van online. Zij verwachten dat bedrijven een grote mate van online aanwezigheid hebben. Dat gaat verder dan webcare en monitoring. Het gaat om services, dat de bedrijven er zijn voor de consument en inspringen wanneer zij lezen dat klanten met vragen zitten.

---

[13] http://crossweb.nl/tag/concepts/
[14] http://www.dutchcowboys.nl/socialmedia/18951
[15] http://www.checkit.nl/onderzoek_top_100_online_vindbaarheid_2008.aspx , http://www.strategyondemand.nl/weblog/zakelijk-gebruik-van-sociale-media/
[16] http://www.bipr.nl/?p=282

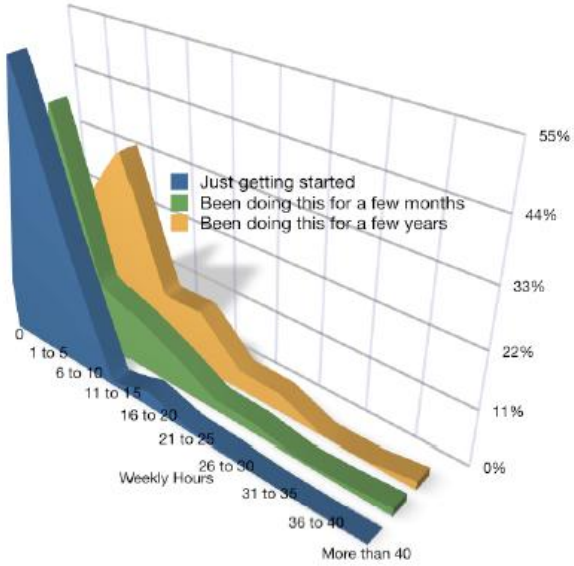
Dat Affiliate4you in een nichebranche opereert is allen maar positief in ogen van de consumenten, want deze willen helemaal niet meer tot de massa horen, maar zich bijzonder willen blijven voelen in een kleinschaliger omgeving met gelijkgestemden. [17]

Dat steeds meer bedrijven Social Media inzetten blijkt uit onderzoek van het social media Marketing Report.



De tijd die gemiddeld besteed wordt aan social media door bedrijven is hierin onderzocht. Zoals te zien is zijn bedrijven nog niet actief, maar besteed er zo'n 37% een tot vijf uur gemiddeld per week aan Social Media.

De tijd die bedrijven spenderen aan social media hangen ook samen met de jaren dat ze al actief zijn op netwerken zoals in deze grafiek te zien zijn. Bedrijven die al langer actief zijn, zijn er ook in grote getallen op actief. Dit wil natuurlijk niet zeggen dat bedrijven die nu pas instappen niets meer te zeggen hebben binnen social media, maar het kan gebeuren dat de concurrentie al wel veel voorloopt en dus al meer kennis vergaard heeft over social media.



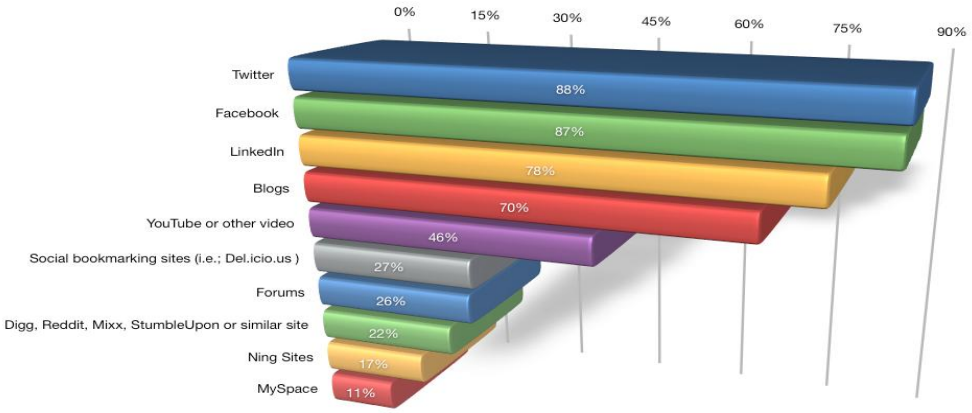
[17] http://www.dutchcowgirls.nl/social/3167

Maar wat zijn precies de beweegredenen van een bedrijf om Social Media in te zetten?

Zoals in deze grafiek is af te lezen gaat het de meeste bedrijven om exposure.

In geval van Affiliate4you zal de inzet van social media vooral om sales draaien en klantcontact met webmasters en consumenten. Bovendien hadden we net al gezien dat social media de vindbaarheid van je bedrijf kan vergroten wat ook als voordeel gezien wordt.

Twitter wordt binnen bedrijven het meeste gebruikt:



Hier zijn namelijk ook veel mogelijkheden voor waar later in hoofdstuk 4 meer over verteld gaat worden.

Aangezien Affiliate4you een internetbedrijf is kunnen zij onmogelijk om social media heen. Zij moeten social media inzetten voor het op de hoogte houden van webmasters als affiliatenetwerk zijnde, maar tevens ook consumenten aanspreken om zelf als webmaster meer sales te behalen. In het volgende hoofdstuk zal dan ook besproken worden wat andere affiliatenetwerken doen richting hun webmasters en later wordt er nog terug gekomen op de consumenten.

3.0 Affiliatenetwerken en social media

Nederlandse affiliatenetwerken hebben een gezamenlijke omzet van 97 miljoen euro geboekt over 2009. Ze verwachten ook dit jaar(2010) weer met tientallen procenten te groeien. [18]

Als we kijken hoe de concurrentie van Affiliate4you(Daisycon, M4N, Tradedoubler en Trade Tracker) zich inzetten op social media gebied kan er een goede analyse gemaakt worden of Affiliate4you als bedrijf nog ergens actiever in moet worden om niet achter te lopen op de concurrentie.

Het is bekend dat social media bij bedrijven kan het beste gebruikt worden voor Marketing, Sales en Communicatie (PR).[19] Er zal dus beschreven worden waar de concurrentie al actief is met op het eind een korte conclusie of Affiliate4you op nog andere platformen aanwezig moet zijn.

3.1 Affiliate4you en social media

Affiliate4you is momenteel alleen aanwezig op Twitter en het affiliateforum. Webmasters kunnen hier kijken naar de nieuwste acties waar zij promotiematerialen voor kunnen plaatsen op hun eigen sites. Zij reageren op berichten van webmasters binnen het forum en Twitter waardoor ze er dus extra communicatiekanalen (buiten de email om) erbij gekregen hebben. Op Twitter worden er vooral acties geplaatst die webmasters door kunnen plaatsen.

3.2 M4N en social media

M4N heeft een Twitteraccount waar zij momenteel adverteren met nieuws van adverteerders en acties. Hierbij linken ze naar een publiek pagina op de site van M4N waar de vergoedingen en promotiematerialen. De vergoedingen worden niet vermeld in de Tweets. Ook reageren ze met deze Twitter op vragen van personen, maar dit komt maar zelden voor. De frequentie dat er wordt getweet is een paar keer per dag, aangezien de acties van adverteerders ook door blijven lopen. Elke dag worden er dus wel een paar berichten geplaatst. Ook hebben ze een blog waar allerlei nieuws vermeldt wordt. Dit kan nieuws van adverteerders M4N zijn, nieuws over nieuwe datafeedmogelijkheden, maar ook interviews met medewerkers van M4N. Berichten op de blog worden zonder enige regelmaat geplaatst, dus alleen wanneer er nieuws is. Ook worden er filmpjes op de blog gezet die zij ook op Youtube plaatsen. Hierin geven zij uitleg aan webmasters e.d. hoe zij met datafeeds of andere technische dingen moeten werken. Op Hyves is M4N niet heel actief. Hetgeen wat er momenteel opgezet wordt is vooral informatie over wat affiliatemarketing inhoudt en dus geen bedrijfsinhoudelijke informatie van M4N. Op het forum is M4N ook aanwezig en plaatst hier acties en nieuwe adverteerders op, hetzelfde wat Affiliate4you dus doet. [20]

---

[18] http://www.emerce.nl/nieuws.jsp?id=3036935&utm_campaign=nieuwsbrief&utm_source=nieuwsbrief&utm_medium=email

[19] http://www.handboekcommunities.nl/?post/29/martin_kloos_deloitte_gebruik_social_media_niet_voor_platte_commercie/

[20] http://twitter.com/m4n, http://blog.m4n.nl/, http://www.youtube.com/user/M4Nnl, http://m4naffiliate.hyves.nl/

3.3 Daisycon en social media

Daisycon plaatst op Twitter nieuwe adverteerders of als een shop een actie heeft(zoals verhoogde vergoeding). Ook reageren zij op klantvragen via Twitter. Op Hyves zijn zij totaal niet actief. Op de Hyves voor publiek hebben ze maar 1 lid en voor het bedrijf hebben ze 28 leden

Verder zijn zij ook actief op het forum en plaatsen hier berichten van nieuwe adverteerders en acties. Ook hebben zij een LinkedInaccount, maar daar voegen alleen medewerkers zich toe en zijn er dus niet actief op aanwezig. Verder hebben zij geen blog of een Youtubeaccount. Daisycon is dus niet actief aanwezig. [21]

3.4 Tradedoubler en social media

Tradedoubler is actief op Twitter en plaatst hier alle nieuwe acties en nieuwe adverteerders. Ook hebben zij een Hyvesaccount met 28 leden maar hier wordt niets concreets genoemd over de adverteerders die bij Tradedoubler zitten en bijvoorbeeld goed zijn om te promoten. Er is ook een Facebookaccount voor alle leden over de hele wereld waar 804 leden aanwezig zijn. Hier worden vooral foto's op geplaatst van bedrijfsfeesten en afhankelijk per land worden de nieuwe medewerkers geïntroduceerd die bij Tradedoubler zijn komen werken. Ook hebben ze een blog waar zij alle nieuwsbrieven op zetten, of aparte acties en kortingscodes noemen. Zij zijn niet actief op Youtube. Bij hun LinkedInaccount zijn het vooral buitenlandse medewerkers van Tradedoubler die zich hebben aangemeld.[22]

3.5 Trade Tracker en social media

Trade Tracker is niet aanwezig op Hyves, wel aanwezig op Facebook maar zijn hier totaal niet op actief. Ook op Twitter hebben zij geen account(de Belgische collega's overigens wel). Wanneer er op Youtube gezocht wordt naar Trade Tracker komen er alleen maar filmpjes van gebruikers tevoorschijn. Als bedrijf zijn zij dus niet aanwezig, maar de content die erop staat zou wel van Trade Tracker kunnen zijn(filmpjes hoe datafeeds gebruikt moeten worden.

Op LinkedIn zijn zij ook niet actief. Alleen een aantal medewerkers hebben zich hierbij aangesloten en nemen geen deel aan discussies. Ook heeft Trade Tracker geen blog, waardoor zij het slechtste affiliatenetwerk zijn op het gebied van Social Media. [23]

---

[21] http://twitter.com/Daisycon, http://daisycon.hyves.nl, http://www.hyves.nl/almanak/1070782/Bedrijf/Daisycon/, http://www.linkedin.com/companies/daisycon

[22] http://twitter.com/tradedoubler_nl, http://tradedoubler.hyves.nl/, http://www.facebook.com/pages/TradeDoubler-Worldwide/176600404805, http://www.tdnieuws.nl/, http://www.linkedin.com/companies/tradedoubler,

[23] http://www.facebook.com/pages/Global-Trade-Tracker/102964929746355

3.6 Toepasbaarheid Affiliate4you

Waar de concurrentie en Affiliate4you zelf al Twitter hebben en gebruik maken van het affiliateforum, zijn er nog een aantal punten op Social Media die Affiliate4you ook moet gebruiken t.o.v. de concurrentie:. Deze punten zijn ook voordelig als het goed om de positie in Google[24]:

- **Een blog**

Een blog is goed voor de vindbaarheid i n Google. Blogs komen goed bovenaan bij de zoekresultaten te staan en laten ook direct het nieuws van het bedrijf zijn. Bij een blog kan je het Twitteraccount ook gelijk koppelen en nieuw geplaatste Youtubefilmpjes ook direct plaatsen.

- **Youtubeaccount**

Via het Youtubeaccount kan er makkelijk door middel van filmpjes uitgelegd worden hoe feeds geplaatst kunnen worden, maar ook veel breder hoe het systeem werkt. Bovendien wordt een Youtubeaccount ook goed gevonden in Google, omdat er tijdens het zoeken ook altijd Youtuberesultaten op de eerste pagina weergeven worden. Affiliate4you is momenteel al bezig om zelf filmpjes te creëren met uitleg over het systeem e.d. en dus gaan zij hierin mee met de grootste concurrent M4N.

- **Facebook**

Facebook is niet direct een must om in te zetten, maar wel een goede mogelijkheid om discussies met webmasters op te starten en je goed te profileren op een social communitie. Ook dit komt namelijk goed naar boven in Google.

Voor de rest moet Affiliate4you actief blijven op Twitter en het forum om webmasters op de hoogte te houden van nieuwe adverteerders en leuke acties e.d.

[24] http://www.seolab.nl/social-media-marketing-het-online-marketing-instrument-voor-2010_nieuws-21.html

4. 0 Onderscheid groepen.

Voordat de social media uitgesplitst wordt en er een analyse gemaakt wordt welk platform geschikt is voor welke groep, wordt er onderscheid gemaakt tussen de groepen consumenten, webshops, fabrikanten en webmasters.

Consumenten.

Wie behoren er allemaal tot de doelgroep van de consumenten? Hierbij kan gedacht worden aan moeders, jonge gezinnen maar ook opa's en oma's, broers en zussen van een familie/kennis die zwanger is. Toch zal de focus liggen op de moeders en jonge gezinnen omdat deze groep het meeste zelf aan moeten schaffen en dus ook het meeste qua geldbedrag uit gaat geven, zowel voor als na de zwangerschap.

Webshops.

Webshops zijn internetwinkels die producten van fabrikanten of eigen geproduceerde producten via het internet leveren. Dit zijn dus webshops die producten aan de zwangeren en moeders e.d. verkopen. Dit zijn in termen van affiliatemarketing adverteerders.

De webmasters (in het volgende kopje benoemd) promoten deze shops via internet door middel van datafeeds en advertentiemateriaal zoals tekstlinks en banners welke de webshops aanleveren bij Affiliate4you.

Fabrikanten.

Fabrikanten zijn bedrijven die productie in grote aantallen maken en vaak zit daar dus ook een groot bedrijf achter. Momenteel worden veel producten van fabrikanten nog via derden(webshops of fysieke shops) verkocht maar proberen de fabrikanten steeds vaker ook zelf via internet hun merk neer te zetten.

Webmasters.

Om te kunnen kijken waar webmasters actief zijn op social mediagebied is het goed om eerst te definiëren wie tot de groep van webmasters behoren. Dit zijn alle personen die aangesloten zijn bij Affiliate4you en gebruik maken van het advertentiemateriaal dat Affiliate4you aanbiedt en dit ook daadwerkelijk plaatsen. Hier valt dus te denken aan eigenaren van startpagina's, contentsites, de datafeedgebruikers maar ook eigenaren van een Hyvespagina die linkjes plaatsen. Het is dan ook van belang dat deze doelgroep goed op de hoogte wordt gehouden van nieuw advertentiemateriaal e.d. zodat zij dit goed kunnen plaatsen zodat Affiliate4you hier winst uit kan behalen.

Na deze vier groepen te hebben gedefinieerd kan er gekeken worden op welke socialmediaplatformen de doelgroep aanwezig, wat ze momenteel doen, wat de ontwikkelingen zijn en welke mogelijkheden/kansen hier voor Affiliate4you liggen.

4.1 Consumenten.

4.1.1 Consumenten en Hyves

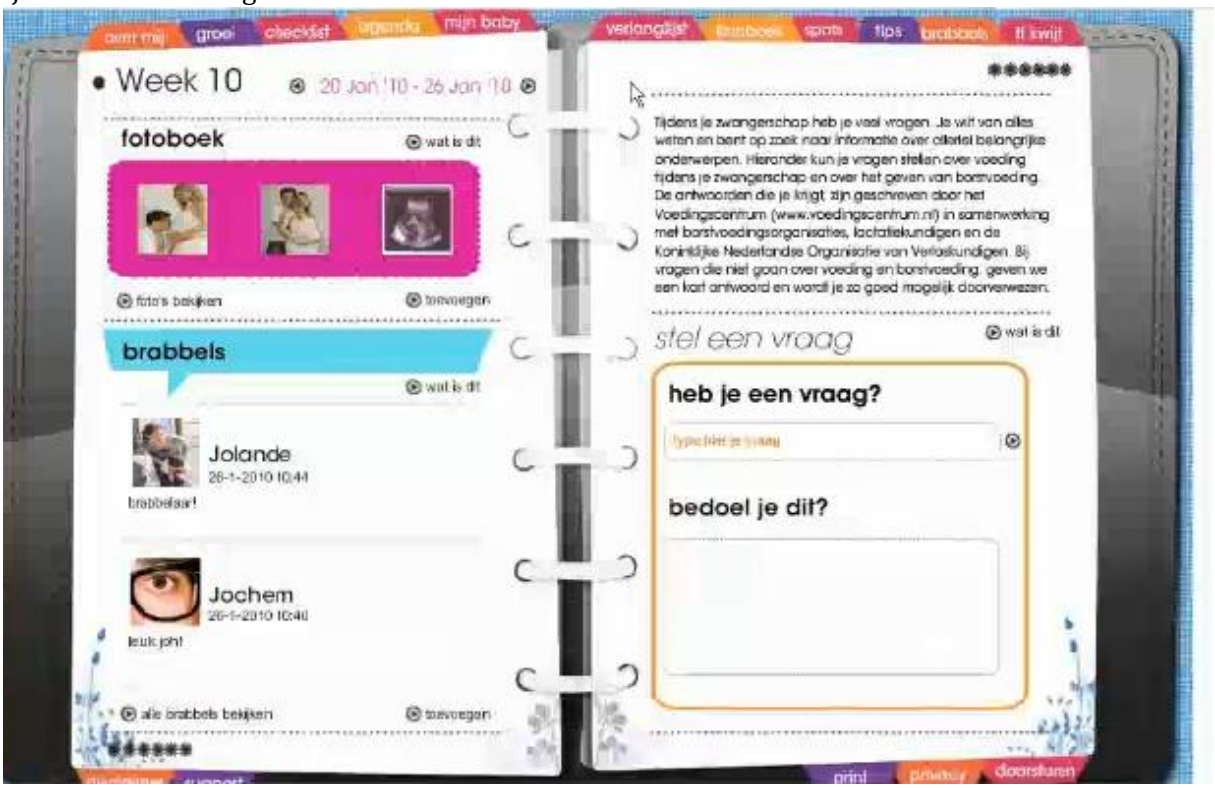
Wat doen ze nu?

Hyves is een social communitie met ongeveer 10 miljoen leden. [25] Deze leden bepalen zelf welke content zij erop zetten; user generated content. Leden kunnen elkaar toevoegen om in elkaars netwerk te komen, vaak zijn dit vrienden/kennissen die het lid al kent uit eerder sociaal contact.

Hyvers kunnen filmpjes met elkaar delen, krabbels sturen, WWW(wie wat waar) invullen, polls met elkaar delen, blogs schrijven, privéberichten versturen , foto's delen, video's en gadgets plaatsen. Er zijn ook mogelijkheden met mensen die binnen je vriendennetwerk vallen maar niet tot je vriendengroep behoren (2e of 3e graads vrienden); zoals banen plaatsen, iets op vriendenmarktplaats zetten of een publieke groep aanmaken om met andere mensen over bepaalde onderwerpen te praten.

Over het algemeen sturen Hyvers krabbels naar elkaar en delen zijn foto's, video's en gadgets met andere gebruikers. Ook worden privéberichten gebruikt om berichten naar elkaar te sturen zonder dat andere Hyvers hier inzicht in hebben. De communicatie die momenteel plaatsvindt is dus vooral tussen familie, vrienden en kennissen en niet met bedrijven e.d.

Vanuit bedrijven wordt er momenteel nog niet veel met consumenten gedaan. Zij maken hoogstens een profiel aan, plaatsen een banner voor een geselecteerde doelgroep of ontwikkelen een widget. Een bedrijf dat een widget gemaakt heeft voor de doelgroep van Affiliate4you is bijvoorbeeld Voedingscentrum.nl.



Binnen deze widget kunnen zwangere vrouwen informatie verzamelen, foto's van de baby plaatsen, tips bekijken, agenda bijhouden maar ook verlanglijstjes invullen. Er wordt hierbij zelf

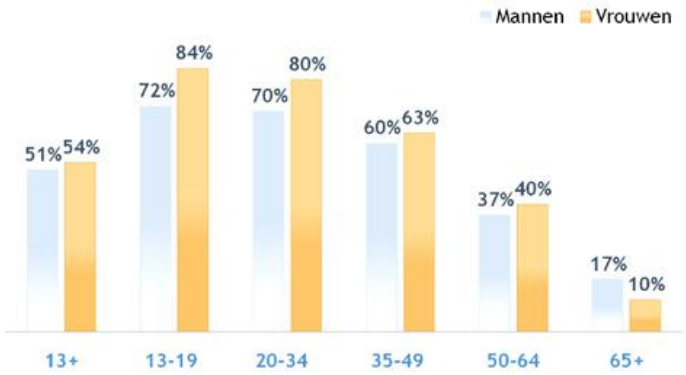
[25] http://www.computeridee.nl/nieuws.jsp?id=2556611

gekozen wie er van de Hyvesvrienden toegang mag krijgen tot het babyboek zodat het niet gelijk voor iedereen openbaar is. De bedoeling van deze widget is om zwangere vrouwen zo goed mogelijk door de zwangerschap heen te leiden door middel van deze coach en geeft antwoord bij vragen over voeding voor zowel de moeder als voor het kind. (kijk voor andere widgets ook eens op http://hyves.nl/widget)

Momenteel is er nog geen online shopomgeving aanwezig op Hyves waar consumenten sociaal kunnen shoppen en waardoor zij nog niet direct in aanraking kunnen komen met affiliatemarketing d.m.v. datafeeds.

Verwachtingen

Hyves heeft momenteel al heel veel leden. De verwachting is dat door de vele leden Hyves voorlopig wel populair zal blijven, maar Facebook zal steeds meer markt veroveren en dus leden wegtrekken bij Hyves. Deze 2 netwerken zijn momenteel al in een concurrentiestrijd verwikkeld.[26] Momenteel zijn vooral jongeren actief op Hyves[27] (zie ook de tabel hiernaast)maar knaagt Facebook wel steeds meer aan het bestand van Hyves.[28]



Er wordt dan ook veel gespeculeerd wie uiteindelijk de winnaar van deze strijd zal zijn. [29] Deze ontwikkeling zal dan ook bijgehouden moeten worden.

Wat overigens voor beide netwerken in de toekomst verwacht wordt is dat er meer social shopping plaats zal vinden.[30]

Kansen Affiliate4you

De kansen voor Affiliate4you liggen in de informatie die gebruikers weggeven op hun profiel. Zo vullen gebruikers hobby's, leeftijd e.d. in waardoor er een goede doelgroep geselecteerd kan worden. Sinds kort heeft Hyves ook een betaalmogelijkheid[31], waardoor het voor affiliates ook steeds makkelijker en toegankelijker wordt om producten aan te prijzen en te verkopen via Hyves; waar momenteel al een cadeaushop aanwezig is, maar waar nog geen concrete verkoopcijfers van bekend zijn gemaakt. Bovendien moet je hiervoor een speciaal contract hebben met Hyves om in deze shop te kunnen staan. Hier ligt dus nog een kans. Bovendien is Hyves ook een netwerksite waar moeders/vrouwen/zwangere bij elkaar kunnen komen en foto's, video's en andere ervaringen kunnen delen. Ook kan er veel meer gedaan worden met opties als blogs. De kracht van sociale netwerken is dat vrouwen interactief bezig zijn zonder dat

[26] http://www.publishr.nl/2010/03/facebook-voert-agressieve-campagne-tegen-hyves/
[27] http://www.wervenviagoogle.nl/2010/03/hyves-versus-facebook/, http://adverterenophyves.hyves.nl/cijfers-en-feiten
[28] http://www.emerce.nl/nieuws.jsp?id=3015667
[29] http://google-advies.blogspot.com/2010/02/hyves-vs-facebook-wie-wint.html
[30] http://www.molblog.nl/bericht/5-social-shopping-trends/
[31] http://www.nu.nl/internet/2211985/vrienden-betalen-elkaar-via-hyves.html

zij direct het idee hebben met een bepaald merk bezig te zijn, waardoor het dus om exposure gaat. Hier kan dan dus het beste gebruik van de groepshyves(publieke Hyves) zodat iedereen lid kan worden en content toe kan voegen. Ook zouden er applicaties gemaakt/geplaatst kunnen worden die mensen zelf met producten van Affiliate4you kunnen vullen en op hun profiel plaatsen. Ook de mogelijkheid van mailings(privéberichten) versturen moet gebruikt worden. Hier kunnen producten uit de nieuwsbrief van Babyplaats gebruikt worden zodat het ook niet veel meer extra werk kost om producten uit te zoeken die in deze mailing meegenomen kunnen worden. Ook kan Affiliate4you adverteren op Hyves door een doelgroepsegmentatie te maken, maar hier zijn wel kosten aan verbonden.

Hoe moet dit ingezet gaan worden?
Affiliate4you kan groepen voor zwangere vrouwen of jonge moeders op gaan zetten en een community binnen Hyves opzetten waar al deze zwangere bij elkaar komen. Om sales te behalen kan er via de functie WWW bijvoorbeeld de aanbieding van de week neer gezet worden door middel van een affiliatelink of de tip van de week in de vorm van een tip via Hyves. Deze links geen directe affiliatelinks zijn, maar je kan hier bijvoorbeeld wel een bit.ly link van maken. Van deze linkjes kan je ook binnen de marktplaats van Hyves gebruik maken of een blog waar vrouwen hun mening over een bepaald product kunnen geven of waar elke week een ander product uitgelicht wordt. Hier kunnen de leden dan op reageren. Ook kan er een fotowedstrijd opgezet worden(zeker om meer leden te krijgen!) dat vrouwen zelf foto's toe kunnen voegen aan Hyves met producten die bijvoorbeeld gekocht zijn op Babyplaats. Ook kan er gedacht worden aan een applicatie waar vrouwen een wensenlijstje kunnen maken van producten binnen Babyplaats of producten aan vrienden kunnen laten zien die zij gekocht hebben of een applicatie net als voedingscentrum maar dan toegespitst met producten van Babyplaats. Ook kan er nog gedacht worden aan betaalde banners waarbij er doelgroep segmentatie plaats vindt. Wanneer de Hyvesgroep genoeg leden heeft kunnen er nieuwsbrieven verstuurd worden met leuke acties(bekijk hiervoor de analyse van Koterkado, 6.2).

4.1.2 Consumenten en Twitter

Wat doen ze nu?
Twitter wordt momenteel door 168.000 mensen gebruikt [32]. De naamsbekendheid van Twitter ligt op 76%[33]. Dit getal is relatief hoog en komt doordat veel bekende Nederlanders en Kamerleden op Twitter zitten en het regelmatig voorkomt dat hun quotes uit Twitter het nieuws bereiken.

Consumenten Twitteren vooral over nieuws, producten of sites die ze zijn tegen gekomen, maar er zij kunnen ook Twitteren over wat zij momenteel aan het doen zijn(zoals bijvoorbeeld in de trein zitten e.d.). De redenen om te Twitteren zijn dan ook heel divers. Bovendien kan Twitter gekoppeld worden aan verschillende accounts van o.a. Facebook en Hyves waar het op de WWW functie of de wall van Facebook terecht komt en dus de Tweets automatisch via meerdere netwerken geüpdate worden. Bovendien kunnen Twitterleden reageren d.m.v. een reply of een DM(direct Message, welke privé is voor de 2 gebruikers waar de conversatie tussen plaatsvindt) Vaak gebruiken webshops dit ook richting consumenten om hun te bedanken voor het volgen op Twitter, of hun attent te maken dat ze ook op andere social communities aanwezig zijn. Ook kunnen er zoekwoorden ingesteld worden d.m.v. hashtags (#). Hier wordt bijvoorbeeld gebruik

[32] http://twittermania.nl/2010/01/168000-actieve-twitteraars-nederland
[33] http://www.emerce.nl/nieuws.jsp?id=3022854

van gemaakt als mensen naar een festival gaan of beurs bezoeken en willen weten wat daarover gezegd wordt.

Verwachtingen
Twitter is momenteel een redelijk nieuw en snel groeiend netwerk en daarom is het ook moeilijk om een voorspelling te doen hoe dit medium zich gaat ontwikkelen. Twitter is wel een medium waar de laatste tijd als eerste nieuwsfeitjes geplaatst zijn(kijk b.v. naar de ramp op Schiphol vorig jaar) omdat dit vaak als eerste getwitterd wordt door ooggetuigen en daarom wordt er ook veel gespeculeerd dat Google Twitter over zou willen nemen[34]. Bovendien is Twitter nog opzoek naar een goed verdienmodel.[35] Door dit soort onzekerheden in de toekomst is het moeilijk aan te geven in hoeverre Twitter zich de komende jaren zal gaan ontwikkelen, maar aangezien steeds meer bekende personen aanwezig zijn op Twitter,het nieuws zich snel verspreid en de updates gekoppeld kunnen worden aan andere netwerken zal Twitter steeds meer leden krijgen en dus ook voor Affiliate4you een toegevoegde waarde zijn om in te zetten.

Kansen voor Affiliate4you
Kansen die hier voor Affiliate4you liggen zijn reageren op consumenten d.m.v. hashtags e.d. wanneer consumenten opzoek zijn naar een bepaald product . Stel dat zij in een Tweet zeggen: 'Opzoek naar een kinderwagen', dan komt dit berichtje via de hashtag binnen en kan Affiliate4you hierop inspringen met een affiliatelink. Dit soort Tweets van consumenten over een bepaald product kunnen via Twitter beantwoord worden door middel van een reply of een Direct Message wanneer dit om wat persoonlijkere informatie gaat. Hier heb je dan ook over een soort Twitterwebcare mogelijkheid. Ook is het goed om net als bij andere shops aan te geven waar de consument zich nog meer aan kan melden op social mediagebied om bekend te maken dat je nog op meerdere netwerken aanwezig bent.

Hoe moet dit ingezet gaan worden?
Affiliate4you moet bepaalde zoekwoorden in gaan stellen zodat zij consumenten kunnen vinden via Twitter die wellicht waardevol kunnen zijn. Hierbij valt te denken aan hashtags op babykamers, kinderwagens, autostoeltjes e.d. Wanneer de consumenten hier dan over Tweeten kan Affiliate4you hierop reageren en bepaalde shops aanprijzen waar zij een aankoop kunnen doen. Ook wanneer er vragen vanuit de consumenten zijn over Affiliate4you moet hierop gereageerd worden. Bovendien moet er goed in de gaten gehouden worden wanneer er nieuwe followers bijkomen zodat deze een bericht krijgen bij aanmelding op welke social media platformen consumenten nog meer kunnen kijken. Om dit allemaal goed te monitoren is het goed om Tweetdeck (een applicatieclient die op elke pc geïnstalleerd kan worden) te installeren voor een beter overzicht van de Tweets(ook hashtags krijgen hier aparte kolommen).

4.1.3 Consumenten en Facebook

Wat doen ze nu?
Facebook heeft net als Twitter een naamsbekendheid van 76%.[36] Landelijk gezien is de leeftijdsgroep 25-34 het meest dominant aanwezig op Facebook (34%) maar het aantal

[34] http://tweakers.net/nieuws/59454/twijfel-over-gerucht-overname-twitter-door-google.html

[35] http://www.marketingfacts.nl/berichten/20080410_de_verdienmodellen_van_twitter/

[36] http://www.emerce.nl/nieuws.jsp?id=3022854

gebruikers ligt op Hyves nog steeds veel hoger. [37] Facebook is in Amerika al erg groot en heeft in andere landen de 'kleinere' communities al helemaal weggeconcurreerd. Qua opties heeft Facebook bijna dezelfde mogelijkheden als Hyves, alleen het design ziet er wat anders uit en is Facebook internationaal.

Coca Cola is een van de bedrijven die consumenten actief probeert maken op Facebook door een aantal applicaties op hun Facebookpagina, pagina's met fanfoto's en Cola Cola video's, discussies en andere productgerelateerde content. Op deze manier probeert Coca Cola mensen actief bezig te laten zijn met het merk, wat natuurlijk extra leuk voor de consument is qua merkbeleving.

Verwachtingen

De verwachting is dat Facebook in Nederland de strijdt aan zal gaan met Hyves,[38] maar momenteel heeft Hyves nog een te grote naamsbekendheid en meer leden dat dit de komende tijd nog wel even zo zal blijven. Facebook vertoond wel een stijgende lijn qua ledenaantallen.[39] Uit deze cijfers is dan ook wel te concluderen dat het voor de toekomst wel goed is om in Facebook te investeren. Zeker als er gekeken wordt naar Amerika die hier al veel verder in zijn en waar bedrijven zichzelf neerzetten op Facebook. Voor de toekomst moet er dus vooral naar Amerika gekeken worden, waar bedrijven widgets, filmpjes en foto's op hun pagina zetten zodat de consumenten met hun merk bezig zijn. In Amerika gaat dit voorlopig nog om grote bedrijven als Coca Cola en b.v. Starbucks die de consumenten met elkaar wilt laten communiceren voor extra exposure en merkbeleving bij de klanten.

Kansen

Op het gebied van Facebook zijn er momenteel een aantal mogelijkheden voor Affiliate4you, alleen is Facebook momenteel nog veel kleiner dan Hyves, maar wel internationaler. Op Facebook kunnen er updates gestuurd worden(die ook gelinkt kunnen worden aan Twitter) maar de kans is groot dat bezoekers hier niet op zitten te wachten omdat deze heel sales gericht zijn en consumenten daar niet van houden zo doorheen prikken. De kansen liggen bijvoorbeeld bij de optie 'like' waarbij consumenten op de button kunnen klikken en dit aan hun vrienden kunnen laten zien. Bovendien kan je deze likeoptie ook met je website integreren op Facebook, wat dus zeker een goede optie is voor Affiliate4you om meer consumenten te bereiken en vrienden producten met elkaar te laten delen. Voor de rest zouden er ook applicaties geplaatst kunnen worden die de consumenten zelf met producten van Affiliate4you kunnen vullen en op hun profiel kunnen plaatsen. Er kunnen ook net als bij Hyves betaalde advertenties geplaatst worden en geselecteerd worden op doelgroep. Dit is dus zeker ook een optie.

Hoe in te zetten?

Het aantal leden op Facebook nog niet zodanig dat Affiliate4you zich hier op moet gaan focussen, maar de verwachting is dat dit in de toekomst wel goed is. Momenteel zijn hiervoor de mogelijkheden 'Like' en een applicatie de beste opties om Facebook in te zetten voor consumenten . [40] Consumenten kunnen dan (foto's van) producten 'liken' zodat dit toegevoegd

---

[37] http://www.netwerven.nl/blog/2010/01/doelgroeponderzoek-facebook-

[38] http://www.emerce.nl/nieuws.jsp?id=3015667

[39] http://www.emerce.nl/nieuws.jsp?id=2981066

[40] http://www.e-marketingblog.nl/like-de-fan-killer/

wordt aan Facebook en dit gedeeld wordt met vrienden. Dit kan tegenwoordig ook al met shops geïntegreerd worden waardoor je snel je vrienden producten kan laten zien.

4.1.4 Consumenten en LinkedIn

Wat doen ze nu?

LinkedIn is vooral een netwerk voor zakenlieden[41] en moet dus ook gezien worden als een netwerk waar nieuwe adverteerders en/of webmasters gezocht kunnen worden. Alle leden op LinkedIn zijn ook consumenten, maar deze zullen niet zo snel via LinkedIn geattendeerd willen worden op bijvoorbeeld een kinderwagen, omdat dit netwerk echt bedoeld is om businesszaken te bespreken en niet om consumentenaankopen te doen.

Verwachtingen

De verwachting is dat LinkedIn op zakelijk social communitie gebied de grootste is en zal blijven aangezien er geen andere netwerken zijn die al zo'n volume hebben en dus ook moeilijk LinkedIn in kunnen halen. De verwachting is dan ook dat LinkedIn een netwerk zal blijven waar het als bedrijf goed is om in te investeren, zeker om het netwerk te vergroten.

Kansen voor Affiliate4you.

Voor Affiliate4you zal LinkedIn nuttig zijn om als bedrijf aanwezig te zijn en zich hier zelf op te presenteren naar andere leden. Dit zijn allemaal mensen uit het bedrijfsleven en kunnen Affiliate4you dus wellicht via vrienden uit het netwerk of iets dergelijks tegen komen. Maar op consumentengebied heeft LinkedIn voor Affiliate4you alleen toegevoegde waarde als consumenten meer over het bedrijf te weten willen komen dan dat er sales uit behaald kunnen worden.

Hoe in te zetten?

Voor LinkedIn is het belangrijk dat het profiel van Affiliate4you goed up to date blijft. Zo kunnen er linkjes die met affiliatemarketing te maken hebben geplaatst worden om andere leden/vrienden uit het zakelijke netwerk op de hoogte te houden. Ook het Twitteraccount van Affiliate4you gekoppeld worden, maar dit is niet wenselijk omdat het zakelijke netwerk dan vooral actieupdates krijgt. Het is dus van belang dat de pagina wel up to date blijft, maar hier ook weer niet teveel aandacht aan besteed wordt omdat er als consument en LinkedIn weinig salesmogelijkheden zijn.

4.1.5 Consumenten en Blogs

Wat doen ze nu?

Blogs worden steeds vaker door consumenten bezocht.[42] Consumenten vertrouwen het internet meer dan reclame, die misleidend of gewoon een miskoop kunnen zijn. [43] Ze vertrouwen andere consumenten deste meer omdat deze in een zelfde situatie verkeren. Vandaar dat blogs goed gelezen worden mits deze een hoog betrouwbaarheidsgehalte hebben. Een aantal voorbeelden van blogs zijn; http://www.consumentenblog.com , http://www.vkblog.nl of http://productblog.nl/.

---

[41] http://www.emerce.nl/nieuws.jsp?id=2971451

[42] http://www.hcc.nl/eCache/DEF/37/840.html

[43] http://www.slimmens.nl/slimpieblog/2007/05/consument-vertrouwt-internet-meer-dan.html

Doordat mensen blogs/ recensies schrijven over producten, verhalen vertellen waarin het product handig is of dat ze juist een product missen, werkt altijd in op het gevoel van consumenten. Een gevoel dat zij dat product ook moeten hebben. Zeker zwangere zullen veel op het internet gaan lezen over ervaringen van andere vrouwen en wellicht meer gaan nadenken over producten die ze moeten aanschaffen naar aanleiding van blogs die ze van andere vrouwen gelezen hebben.

Verwachtingen
De verwachting is dat blogs een steeds belangrijkere factor worden voor de aankoop of het denkbeeld en mogelijkheden met een product, omdat blogs steeds vaker bezocht worden door consumenten.[44] Zeker doordat internet steeds meer gebruikt wordt om informatie op te zoeken zullen ook meer zwangere vrouwen blogs van andere vrouwen of experts gaan lezen. D.m.v. een blog zullen zwangere meer over dingen na gaan denken om zo goed mogelijk voorbereid hun zwangerschap in te gaan en komen daarbij tot inzichten waar ze zelf soms nog niet eerder over nagedacht hadden. Dit zal dus in de toekomst ook steeds meer gebruikt worden omdat internet heel toegankelijk is en de consumenten heel snel afgaan op recensies van andere consumenten.

Kansen Affiliate4you
Affiliate4you zou een eigen blog kunnen beginnen met veel informatie over zwangere, of mensen zelf blogs laten schrijven. Je zou hierbij kunnen denken aan dagboeken bijhouden of iets dergelijks om andere mensen op de hoogte te houden van hun zwangerschap en daarbij andere vrouwen informatie geven en ervaringen delen. Bovendien kan er bij blogs reclame gemaakt worden voor bepaalde producten door er een blog over te schrijven of elke week een andere zwangere een product te laten beoordelen als blog. Ook kunnen er banners gebruikt worden uit het affiliatenetwerk waar weer sales uit behaald kunnen worden die ergens op het blog geplaatst kunnen worden. Bovendien worden blogs ook goed gevonden in zoekmachines waardoor er meer traffic(en dus sales) kunnen ontstaan.

Hoe toe te passen?
Zelf een blog opzetten met leuke verhalen voor consumenten en ook productaanbevelingen doen (wat in overleg kan gaan met webshops dat zij betalen voor dit soort posities). Het is gewoon goed om je doelgroep actief ter maken op een blog en hier zelf af en toe ook wat aanbiedingen e.d. aan toe te voegen. Zo'n blog kan ook goed gevuld worden met informatie van blogs van aangesloten webshops bij Affiliate4you. Hier zou je dus de teksten van blogs van webshops kunnen kopiëren om makkelijk content te krijgen.

4.1.6 Consumenten en Youtube

Wat doen ze nu?
Met een bekendheid van 87% [45] besteden consumenten relatief veel tijd t.o.v. andere netwerken op Youtube. Zij zijn hier vooral aanwezig om filmpjes te bekijken, maar ook een groot gedeelte plaatst hier zelf filmpjes en geven reactie op andere filmpjes. Op de baby- en kidsmarkt zijn dit soort filmpjes vooral leuke/grappige filmpjes over wat baby's/ kinderen allemaal doen, kinderprogramma's die geüpload zijn of filmpjes over b.v. een zwangerschap.

[44] http://www.emerce.nl/nieuws.jsp?id=2971451

[45] http://www.emerce.nl/nieuws.jsp?id=3022854

Verwachtingen.
Youtube maakt nog steeds een sterke groei door met het aantal filmpjes wat geüpload wordt.[46] Dit zal de komende tijd ook zeker niet meer veranderen en er zal alleen maar meer materiaal geplaatst worden. [47] Bovendien worden filmpjes vaak gedeeld met andere consumenten via andere netwerksites als Hyves, Twitter en Facebook en dit zal ook door blijven gaan.

Kansen Affiliate4you
Affiliate4you kan een eigen Youtubeaccount aanmaken waar allerlei baby- en kidsrelateerde filmpjes op te zien zijn. Zo kunnen consumenten prijzen winnen als ze een filmpje maken met producten die bijvoorbeeld op Babyplaats te koop zijn. Ook zou Affiliate4you consumenten door middel van een filmpje een indruk kunnen geven van de te verkrijgen producten op Babyplaats en andere mensen op ideeën kunnen brengen zodat ze deze ook weer met andere consumenten kunnen gaan delen.

Hoe te toe passen?
Een wedstrijd bedenken waar consumenten een product dat ze op Babyplaats hebben gekocht of een leuk babyfilmpje kunnen opsturen waar elke maand een winnaar uit gekozen wordt. Er zou dan een waardebon weggegeven kunnen worden om de mensen actief te maken voor deze leuke manier van promotie voor (producten op) Babyplaats. Ook kunnen er filmpjes opgezocht worden van producten die op Babyplaats te vinden zijn en deze kunnen dan gedeeld worden op een Babyplaats Youtubeaccount. Mensen die zich hier dan op abonneren zien wanneer er weer een nieuw filmpje geplaatst is.

4.1.7 Consumenten en vergelijkingssites

Wat doen ze nu?
"Communities van consumenten zullen steeds hechter worden" [48] Steeds vaker gaan mensen over tot online aankopen; vorig jaar werd er 20% meer via internet verkocht dan in 2008![49]

De vergelijkingssites met gebruikerservaringen schieten dan ook de lucht uit, mensen vertrouwen andere consumenten meer dan bedrijven zelf die van alles beloven. Twee derde van de Nederlanders maakt weleens gebruik van vergelijkingssites.[50]

Consumenten geven hier ook hun waardering voor een product en gaan steeds meer af op wat andere consumenten van dit product vinden. Hier wordt vaak door vergelijkingssites gebruik van gemaakt door na aankoop de consument nog een mailtje te sturen met wat de gebruiker van het product vind en verloten dan vaak een prijs of iets dergelijks onder de personen die hieraan meegewerkt hebben.

Verwachtingen.
Een groot aantal consumenten maakt momenteel al gebruik van de vergelijkingssites. 83% van

[46] http://www.frankwatching.com/archive/2010/03/18/youtube-raakt-de-controle-kwijt/

[47] http://mediaday.nl/2009/10/youtube-1-miljard-filmpjes-per-dag/

[48] http://www.csnblog.nl/de-opkomst-van-consumentencommunities/

[49] http://www.marketingfacts.nl/berichten/20091008_jaaromzet_online_shopping_2009_richting_6_miljard/

[50] http://www.erwinvanlun.com/nl/full/consument/

de vergelijkingen die via internet gedaan worden zijn via vergelijkingssites. [51] Deze zullen in de toekomst ook steeds meer vertrouwd worden door consumenten dan dat zij bedrijven zullen geloven over de toegevoegde waarde van een product. Zij gaan af op consumenten die in dezelfde situatie zitten en ook een degelijk product willen hebben. Consumenten verzorgen dus uiteindelijk ook de content op de site aangezien zij reacties achter zullen laten op de producten die zij via internet gekocht hebben.

Kansen Affiliate4you

Affiliate4you gaat binnenkort ook op de vernieuwde site van Babyplaats een vergelijkingsfunctie toevoegen van meerdere shops die aangesloten zijn bij het Affiliatenetwerk. Om deze functie een toegevoegde waarde mee te geven is het goed dat personen ook hun mening over het product achter kunnen laten en hiervoor meedingen met prijzen, net als dat andere vergelijkingssites dit doen om recensies te verkrijgen. Op deze manier worden er meer mensen aangesproken om ook hun recensie achter te laten en krijgen consumenten een beter beeld over de waardering van een product.

Hoe toe te passen?

Wanneer het blijkt dat mensen een product gekocht hebben moet de webshop erop wijzen dat Babyplaats een leuke functie heeft om een product te beoordelen en er prijzen/bonnen weggegeven worden wanneer mensen een reactie achterlaten op het product(of eerder gekocht product) zodat ook andere consumenten hier rekening mee kunnen houden bij hun aankoop. Zeker als een webshop hierdoor een hogere waardering voor de producten op het vergelijkingsgedeelte van Babyplaats kan krijgen zullen zij wel bereid zijn om hieraan mee t e werken.

[51] http://www.comparegroup.eu/index.php/archive-2009/150-vergelijknl-meest-gebruikte-vergelijkingssite

4.1.8 Analyse overzicht consumenten

Totaal gezien:

Platform	Hyves	Twitter	Facebook	LinkedIn	Blogs	Youtube	Vergelijkingssites
Score	++	+	+	+-	+	+	++

Op eigenlijk alle communities zijn wel consumenten te vinden. De meest gebruikte communities zijn Hyves,Youtube, blogs en vergelijkingssites en hebben goede mogelijkheden om sales te behalen. Het kost wel veel tijd om deze vormen van social media bij te houden en hierbij zou dus een overweging gemaakt moeten worden door Affiliate4you. Het is daarom ook aan te raden om in ieder geval op de vergelijkingssites te focussen(aangezien 83% van de vergelijkingen die via internet gedaan worden via een vergelijkingssite loopt) en daarnaast ook wat tijd te besteden aan een blog en Hyves. Voor de toekomst is het ook goed om Facebook in de gaten te houden omdat er een verschuiving plaats kan gaan vinden tussen Hyves en Facebook.

Nog even op een rijtje:

Hyves: ++

Gezien het aantal leden op Hyves en de mogelijkheden is het verstandig hierin te investeren.

Hyves heeft veel mogelijkheden waar Affiliate4you gebruik van kan maken:

Widgets, tekstlinks, polls, berichten, WWW(die ook gekoppeld kunnen worden met Twitter), foto's , filmpjes, berichten, applicaties, blogs, mailings, marktplaats, tips geven, betaalde advertenties en wellicht in de toekomst social shopping! Hierbij wordt het aangeraden op een groepshyve op te zetten zodat er ook groepsberichten(nieuwsbrieven) verstuurd kunnen worden. Er mogen geen directe affiliatelinks geplaatst worden, maar dit kan opgelost worden met een linkverkorter zoals bit.ly.

Twitter: +

Twitter wordt steeds meer gebruikt en is ook de afgelopen maanden alleen maar meer gegroeid en is dus zeker ook een mogelijkheid om meer sales uit te behalen.

Bij Twitter zijn de mogelijkheden:

140 tekens met tekstlinks: acties, nieuwe populaire producten, wijzen op andere social media profielen, afbeeldingen en filmpjes Twitteren, reageren d.m.v. hashtags, Direct Messages, replyen en Twitterwebcare.

Facebook: +

Facebook zal vooral in de toekomst zinvoller worden om tijd in te besteden aangezien het aantal leden sterk toeneemt en het de concurrentie met Hyves aan gaat.

Bij Facebook zijn de mogelijkheden:

Tekstlinks, foto's, video's, discussies, updates(die ook gekoppeld kunnen worden met Twitter) , applicaties/ widgets en betaalde advertenties. In tegenstelling tot Hyves mogen er op Facebook wel direct affiliatelinks geplaatst worden.

LinkedIn: +-

Dit netwerk is vooral zakelijk en dus niet gericht op sales. Vandaar dat het wel belangrijk is om de zakelijke kant met interessante branche gerichte artikelen e.d. te vullen, maar geen acties doorvoeren d.m.v. bijvoorbeeld het Twitteraccount koppelen.

Blogs: +

Consumenten vertrouwen andere consumenten meer dan wanneer deze communicatie verloopt van fabrikanten. Consumenten lezen dus verhalen en met een leuke aankleding kan dit leiden tot sales.

Mogelijkheden voor blogs:

Berichten van blogs webshops overnemen en plaatsen met affiliatelinks en dan met deze informatie bijvoorbeeld zelf een blog opstarten en leuk nieuws plaatsen. Op deze manier kunnen leuke sales behaald worden. Ook kunnen zwangere hun verhaal insturen die wordt geplaatst op de blog, wat leuk is voor consumenten om te lezen. Op de blog wordt dan ook affiliatemateriaal (banners e.d.) geplaatst om sales te behalen.

Youtube: +

Youtube heeft een grote bekendheid en consumenten besteden er veel tijd. Bovendien zijn filmpjes leuk om te bekijken en geven een extra beeld van producten(wat beter is voor aankopen)

Mogelijkheden Youtube:

Filmpjes kunnen ook op andere communities als Hyves en Facebook geplaatst worden, prijzen uitloven voor filmpjes van producten die op Babyplaats verkocht worden en andere leuke baby en kids gerelateerde filmpjes.

Consumenten en vergelijkingssites: ++

Er vinden steeds meer online aankopen plaats wat de vraag naar prijsvergelijkingsites steeds groter maakt en consumenten letten daarbij vaak ook op wat andere consumenten van het product vinden.

Mogelijkheden vergelijkingssites:

Zelf een vergelijkingssite opzetten, consumenten aansporen(d.m.v. prijzen) om waardering over product te geven en shops hierin ook aan te sturen.

4.2 Webshops

4.2.1 Webshops en Hyves

Wat doen ze nu?

Een aantal webshops die aangesloten zijn bij Affiliate4you zijn al actief op Hyves. Zo is Jetsbabystore[52] al erg actief op Hyves. Zij sturen regelmatig nieuwsbrieven via een privébericht naar de leden van de Hyves waar kortingen in staan of ander nieuws met betrekking tot de shop. Ook heeft de beheerder van de site allerlei andere groepshyves aangemaakt zodat moeders uit verschillende plaatsen met elkaar in contact kunnen komen) bijvoorbeeld: http://moedersuitgroningen.hyves.nl/ of http://moedersuitutrecht.hyves.nl/. Maar ook Sneakertjes.nl en vele andere webshops[53] waaronder ook Bulbby hebben een eigen Hyvespagina. Bulbby heeft daarbij een leuke interactie bedacht met de leden. Zo kunnen mensen foto's opsturen met een Bulbby product waar andere mensen op kunnen reageren en zodoende dus ook leuke ideeën op kunnen doen voor de producten die Bulbby verkoopt. Het is dus een leuke manier van etaleren. Ook hebben zij video's van producten die zij verkopen op de Hyves gezet. Hier zijn filmpjes gemaakt van baby's of andere kinderen die de producten aan hebben of mee lopen(in het geval van bedrukte tassen/ trolleys e.d.)

Verwachtingen

Momenteel kunnen shops nog niet direct hun producten op Hyves verkopen, maar moeten ze doorlinken via een link naar de site toe en is dus niet ideaal. De beste oplossing zou zijn als shops een shopomgeving zouden krijgen binnen Hyves. Momenteel heeft Hyves al een betalingssysteem en een shop, maar hier zijn verder vanuit webshop opzicht nog geen mogelijkheden voor. Wat webshops wel op Hyves kunnen doen is een widget maken met eigen producten en deze op hun Hyvespagina zetten zodat mensen een indruk krijgen van de producten en ook direct door kunnen klikken naar leuke producten op de site. Bovendien kunnen zij deze widget ook overnemen en op hun eigen profiel plaatsen.

Kansen voor Affiliate4you

Affiliate4you kan een widget aan ontwikkelen voor shops waar zij hun producten kunnen promoten. Shops zullen er waarschijnlijk niet voor kiezen om er een affiliatelink onder te zetten, en daarom kan Affiliate4you ervoor kiezen om de widget te verkopen aan webshops zodat zij zelf hun eigen input aan kunnen leveren en Affiliate4you hier toch wat aan verdiend.

Hoe toe te passen?

Allereerst moet de widget toegankelijk zijn voor deze webshops en wellicht kan Affiliate4you ook wel advies geven over de inrichting van een Hyvespagina voor de webshop. Ook kan er een voorbeelddocument voor de webshops gemaakt worden waarin wat voorbeelden staan van andere webshops hoe zij Hyves kunnen vullen. Dit levert alleen geen sales op voor Affiliate4you waardoor deze optie niet rendabel is tenzij ze dit document willen doorverkopen, maar er is geen inzicht of hier wel vraag naar is.

---

[52] www.jetsbabystore.hyves.nl

[53] http://sneakertjes020.hyves.nl/http://bulbby.hyves.nl/ http://villavrolijk.hyves.nl/, http://kinderkledingnl.hyves.nl, http://goodmoodkid.hyves.nl/ http://www.koterkado.hyves.nl/, http://babykinderkleding.hyves.nl/ ,http://kleertjes.hyves.nl/

4.2.2 Webshops en Twitter

Wat doen ze nu?

Een aantal webshops zijn al actief op Twitter. Zij gebruiken Twitter momenteel als een informatiekanaal voor leuke acties, nieuwe producten of ander nieuws over de shop. Ook reageren zij op reacties van (potentiële) klanten wanneer deze vragen over een product hebben. Via Twitter kunnen zij ook traffic naar de website generen door middel van links in de Tweet. Ook Twittert bijvoorbeeld Yurada acties naar de Babyplaats Twitter zoals het voorbeeld hieronder:

@BabyPlaats Ontvang een GRATIS set flamenco oorbellen bij een bestelling van flamencoschoenen Yurada.nl

Een andere mogelijkheid voor deze webshops is om leden erop attent te maken dat zij ook actief zijn op andere social communities als Hyves en Facebook,

Verwachtingen

Bedrijven zijn nog erg opzoek hoe zij hun producten via Twitter aan de man kunnen brengen. Veelal blijft dit bij acties Twitteren, nieuwe producten aanprijzen of leuke linkjes doortwitteren, filmpjes laten zien d.m.v. een link naar Youtube of foto's die worden geüpload via Twitter. Deze mogelijkheden zullen altijd blijven bestaan omdat de kracht van Twitter is dat je in 140 tekens een boodschap door kan zenden naar meerdere followers.

Kansen voor Affiliate4you

Het is positief voor Affiliate4you als webshops aanwezig zijn op Twitter. Op deze manier blijft Affliate4you ook op de hoogte van leuke acties van shops en kan Affiliate4you deze doortwitteren naar zowel webmasters als consumenten en kan de kracht van Twitter(het snelle communiceren in weinig tekens) optimaal gebruikt worden.

Hoe toe te passen?

Webshops toestemming vragen of acties doorgetwittert mogen worden naar webmasters, want niet altijd is het de bedoeling dat acties gecommuniceerd worden aan webmasters. Indien dit mag is dit makkelijk om de actie door te Twitteren naar de webmasters en consumenten.

4.2.3 Webshops en Facebook

Wat doen ze momenteel?

Een webshop als Bulbby[54] is actief op Facebook maar ook een andere shop als kids be cool kinderkleding[55] zijn een leuk voorbeeld hoe webshops zich op Facebook neer kunnen zetten. Leuke nieuwtjes van de sites, foto's van kleding die verkocht wordt en leuke acties worden hierop geplaatst. Nog maar weinig shops zijn hierop actief, maar dit zal samenhangen met het feit dat Facebook in Nederland nog niet het aantal leden heeft van Hyves. Bovendien kan er bij Facebook al een beetje social shopping plaatsvinden omdat Facebook gebruikt maakt van de 'like' functie waar mensen op kunnen klikken als zij een product hebben dat ze leuk vinden. Er zijn ook al applicaties voor dat je binnen een bepaalde shop producten met vrienden kan delen.

---

[54] http://www.facebook.com/pages/Bulbby-Personalized-gifts-for-childeren/38508555938

[55] http://www.facebook.com/pages/Kids-Be-Cool-Kinderkleding/326248899419

Zie hiervoor het voorbeeld van Levi's waarbij je kan zien welke kleding je vrienden op Facebook ook leuk vinden.[56]

Verwachtingen
Gezien de verwachtingen dat Facebook groter gaat worden in de toekomst(zie bron bij consumenten 4.1.3) is het voor shops goed om hier dan ook een account aan te maken en te kijken hoe andere shops zich hierin gaan ontwikkelen. Acties, leuke nieuwtjes met foto's e.d. is altijd leuk om te vermelden en als producten uit de shop ook gedeeld kunnen worden met vrienden(met de likebutton) zorgt dit alleen maar weer voor meer exposure voor de shop wat meer sales op kan leveren.

Kansen voor affiliate4you
Affiliate4you heeft zelf geen webshop, maar zou hierin advies kunnen geven over hoe shops zichzelf neer kunnen zetten op Facebook met wat voorbeelden. Het is voor een webshop een extra communicatiekanaal en zodra er ook wat goede content op geplaatst wordt kan het geen kwaad om hierop aanwezig te zijn.

Hoe toe te passen?
Affiliate4you kan een voorbeelddocument maken voor webshops hoe zij hun Facebookprofiel invulling kunnen geven en wat de mogelijkheden op Facebook zijn. Het nadeel hiervan is wel dat Affiliate4you hier zelf geen sales uit kan halen, en het dus eigenlijk niet rendabel is omdat dit voor shops te doen en dus zouden ze voor dit document een vergoeding kunnen vragen.

4.2.4 Webshops en LinkedIn

Wat doen ze momenteel?
Onder andere Bulbby[57] en Wehkamp[58] hebben een LinkedIn account. Voor de rest zijn er weinig webshops op LinkedIn te vinden. Dit heeft er waarschijnlijk mee te maken dat LinkedIn weinig toegevoegde waarde heeft voor deze shops om sales te behalen en alleen door grotere shops gebruikt wordt om connecties te onderhouden voor zaken.

Verwachtingen
De verwachting is dat LinkedIn voor webshops nooit een saleskanaal zal worden. LinkedIn is alleen bedoeld voor om je als bedrijf neer te zetten, zodat andere mensen kunnen zien wie er allemaal werkzaam zijn, maar ook om discussies aan te gaan met andere bedrijven om ervaringen uit te wisselen e.d.

Kansen Affiliate4you
Voor Affiliate4you zou LinkedIn nuttig kunnen zijn door de discussies tussen webshops en andere partijen te volgen zodat zij ook kunnen zien wat shops willen verbeteren, maar ook om te zien wat er bijvoorbeeld voor webshops nog ontbreekt of beter kan om affiliatemarketing toe te passen.

Hoe toe te passen?
Affiliate4you moet de webshops die aanwezig zijn op LinkedIn toevoegen. Er wordt namelijk wekelijks een update gestuurd met de activiteiten van de leden waar je lid mee bent en daarin kan je zien wat zij de afgelopen week qua activiteiten op LinkedIn hebben gedaan. Zo kan

[56] http://www.psfk.com/2010/04/levis-x-facebook-likeminded-social-shopping.html
[57] http://www.linkedin.com/companies/bulbby---personalized-gifts
[58] http://www.linkedin.com/companies/wehkamp

Affiliate4you dus de webshops in de gaten houden qua discussies en indien nodig hierop in gaan spelen.

4.2.5 Webshops en Blogs

Wat doen ze momenteel?
Een aantal shops beheren een blog waar zij bloggen wat ze momenteel aan het doen zijn(uitpakken van nieuwe collectie, acties verwerken of andere mogelijkheden). Dit is een leuk extraatje voor de bezoekers van de site, zeker als dit trouwe bezoekers zijn en op deze manier nog meer binding met de site/webshop kunnen krijgen.

Verwachtingen
Het nadeel van een blog is dat het tijd kost om dit bij te houden. Er komen wel steeds meer blogs bij op het web[59], maar het is beter om een kwalitatief en up to date blog te hebben, dan wanneer er weinig tot niets mee gedaan wordt. De verwachting is dan ook dat nooit alle webshops een blog zullen bijhouden.

Kansen Affiliate4you
Een aparte pagina maken binnen Affiliate4you waar de blogs van webshops op komen te staan. Dit is leuk voor webmasters zodat deze de shops ook op deze manier kunnen volgen. Bovendien is het leuk om bijvoorbeeld op Babyplaats een item te maken met: blog van de week. Elke week wordt er dan een blog van een webshop uitgekozen en als content op de website neergezet. Dit is leuk voor de bezoekers, maar ook goed ter promotie van de shops waardoor er weer extra sales behaald kunnen worden en dat shops met een blog dan ook extra promotie krijgen en dus hierdoor misschien toch een blog gaan beginnen.

Hoe toe te passen?
Webshops moeten via Twitter, mail of andere communicatievorm(RSS bv.) aan Affiliate4you laten weten dat er weer een nieuwe blog beschikbaar is zodat dit meegenomen kan worden in bijvoorbeeld een actienieuwsbrief of op een blogpagina van webshops.

4.2.6 Webshops en Youtube

Wat doen ze momenteel?
Momenteel zijn bijvoorbeeld Bulbby en Sneakertjes.nl actief met filmpjes van eigen producten. Deze filmpjes plaatst Bulbby overigens niet onder hun eigen naam, maar meer als een postkanaal voor de filmpjes.[60] Ook heeft Sneakertjes.nl een leuk Youtubekanaal, maar doen dit wel onder hun eigen naam zodat ze beter gevonden worden.[61]

Het is leuk voor de consumenten als webshops een Youtubekanaal te hebben. Zo krijgen ze een nog betere indruk van producten die verkocht worden en bovendien kunnen webmasters deze filmpjes ook plaatsen als extraatje bij hun producten, blog of ander kanaal.

[59] http://pc-en-internet.infonu.nl/communicatie/41855-goed-bloggen-op-internet.html
[60] http://www.youtube.com/user/dvdduplicatie
[61] http://www.youtube.com/watch?v=gz-wSGWGIm0&feature=youtu.be&a

Verwachtingen
Youtube zal naar verwachting alleen maar groter worden. Filmpjes geven een toegevoegde waarde en vinden mensen leuk om naar de kijken, ook als dit in reclamevorm is.[62]

De verkoop zou hierdoor dus omhoog kunnen gaan als het product goed weergegeven wordt en consumenten hoeven niet perse meer naar een winkel om te kijken hoe het product precies werkt/ eruit ziet.

Kansen Affiliate4you
Affiliate4you zou shops aan kunnen sturen voor het maken van filmpjes van de producten die zij verkopen. Hier heeft Affiliate4you zelf profijt van doordat webmasters deze filmpjes kunnen plaatsen, maar ook kan Affiliate4you op Babyplaats video's toe gaan voegen bij producten. Hierdoor kunnen de sales omhoog kunnen gaan.

Hoe toe te passen?
Allereerst zouden shops zelfs filmpjes moeten gaan maken. De vraag is of ze dit gaan doen omdat dit tijd kost. Daarom is het een idee om shops te vragen om eerst de paar best lopende producten te filmen zodat deze gepromoot kunnen worden. Wanneer hier meer sales uit komen weten shops dat het zin heeft om filmpjes te maken en zullen zij wellicht meer video's gaan maken en kan Affiliate4you deze filmpjes verwerken in sites of doorsturen naar webmasters.

4.2.7 Webshops en vergelijkingssites

Wat doen ze momenteel?
Momenteel komen alleen grote sites als Baby-walz, Kinderstoeltje en Babypark tevoorschijn bij vergelijkingssites(op sites als kieskeurig.nl, prijsvergelijk en vergelijk.nl). Deze webshops hebben contracten op affiliatebasis met deze shops.

Verwachtingen
Er is nog geen overzicht van prijzen van meerdere webshops, maar dit idee ligt al wel bij Affiliate4you om mee te nemen voor de volgende versie van Babyplaats zodat er een duidelijk overzicht komt waar de producten van de webshops tegen de beste prijs gekocht kunnen worden. Dit zal dan in de toekomst ook steeds meer gaan gebeuren omdat een site als bijvoorbeeld Prijsvergelijk.nl alleen maar autostoeltjes van Babypark aanbiedt en dit niet geloofwaardig overkomt omdat er geen goed vergelijkingsmateriaal aanwezig is.

Kansen Affiliate4you
Affiliate4you gaat dus zelf een site met vergelijkingen van webshops maken waarmee zij nieuw zijn binnen dit segment. Vergelijkingssites zoals Kieskeurig en Prijsvergelijk bevatten maar een aantal shops zoals Baby-walz en Babypark, de grotere partijen binnen de branche, waardoor de kleinere shops daarbuiten vallen terwijl die wellicht even goed of misschien wel beter zijn.

Hoe toe te passen?
Affiliate4you moet er voor zorgen dat alle prijzen up to date zijn en dat mensen van het bestaan afweten van deze vergelijkingssites voor webshops. Dit kan bereikt worden door woorden op Google in te kopen die met vergelijkingen op de babymarkt te maken hebben zodat er meer bezoekers op de site terecht komen.

[62] http://www.slideshare.net/marketingfacts/toegevoegde-waarde-preroll-naast-de-inzet-van-een-televisiecampagne

4.2.8 Analyseoverzicht van webshops

Overzicht totaal:

Platform	Hyves	Twitter	Facebook	LinkedIn	Blogs	Youtube	Vergelijkingssites
Score	-	++	-	+-	+	++	+

De beste mogelijkheden waar Affiliate4you wel rendement uit kan halen zijn dus Twitter en Youtube en vergelijkingssites. Deze content kan namelijk goed gebruikt worden door zowel Affiliate4you zelf als webmasters om door te plaatsen. Hyves en Facebook komen er het minste uit omdat deze 2 geen rendement oplevert omdat de shops op deze communities niet zelf affiliatelinks gaan plaatsen, maar Affiliate4you kan de shops wel advies geven over hoe zij het profiel het beste kunnen vullen om meer met de doelgroep te kunnen doen. Dit is natuurlijk wel tegen een vergoeding.

Nog even de punten op een rijtje:

Hyves: -

Een aantal webshops zijn al actief op Hyves en gebruiken dit vooral om bezoekers naar de site te krijgen, producten met afbeeldingen te laten zien en in sommige gevallen ook consumenten bij elkaar te brengen in communitie vorm. Dat webshops actief zijn op Hyves heeft weinig voordeel voor Affiliate4you.

Wat wel tot de mogelijkheden voor Hyves behoort:

Widget ontwikkelen voor shops tegen betaling of een document opzetten hoe ze Hyves kunnen gebruiken.

Twitter: ++

Steeds meer webshops worden actief op Twitter en dit heeft voordelen voor Affiliate4you want daardoor zijn er ook weer meer mogelijkheden:

Leuke acties doortwitteren, nieuwe producten of ander nieuws van de webshops plaatsen. Op deze manier stimuleer je webshops ook om een Twitteraccount aan te maken omdat zo snel acties/nieuws verspreid kunnen worden naar webmasters en consumenten en shops hierdoor meer sales kunnen behalen.

Facebook: -

Net als bij Hyves levert het geen rendement op als webshops zich aansluiten bij Facebook. Maar ook hier zijn er een aantal mogelijkheden om wel voordeel te behalen:

Widget ontwikkelen om producten van de shop in te zetten of een voorbeelddocument voor webshops maken hoe zij zichzelf op Facebook neer kunnen zetten.

LinkedIn: +-

LinkedIn is geen saleskanaal, maar hier wordt soms wel informatie van webshops bloot gelegd.

De mogelijkheden zijn dan ook:

Discussies van webshops volgen en kijken wat interessant is voor Affiliate4you zodat ze hierop in kunnen spelen. Dit kan makkelijk gemonitord worden omdat er wekelijks een update van aangesloten personen verstuurd wordt vanuit LinkedIn.

Blogs: +

Als webshops een blog hebben komen hier vaak nieuwtjes op de staan van een webshop. Dit is zowel handig voor consumenten als voor Affiliate4you.

Mogelijkheden:

Aparte pagina maken met blogs van webshops zodat zij ook zelf wat meer inbreng hebben wat er gemeld wordt over de shop. Leuk nieuws uit deze blogs kunnen ook weer meegenomen worden in nieuwsbrieven van Afffiliate4you(leuke acties of vernieuwde site bv)

Webshops en Youtube: ++

Consumenten krijgen een nog betere indruk van producten die een webshop verkoopt als er filmpjes van het product bij geplaatst wordt.

Mogelijkheden als shops gebruik maken van Youtube:

Webmasters kunnen gebruik maken van filmpjes voor extra sales, net als dat Babyplaats dit kan gebruiken bij de producten.

Webshops en vergelijkingssites: +

Een aantal shops worden al gebruikt op vergelijkingssites, maar dit zijn alleen een paar grote shops..

Mogelijkheden voor vergelijkingssites van webshops:

Affiliate4you is al bezig met een vergelijkingsmogelijkheid van alle webshops die aangesloten zijn, zodat er voor de consumenten nu een beter overzicht van deze branche ontstaat.

4. 3 Fabrikanten

4.3.1 Fabrikanten en Hyves

Wat doen ze momenteel?

Een aantal fabrikanten die zich bezig houden met de jonge gezinnenbranche zijn actief op Hyves. Zo heeft Zwitsal een aantal profielen[63], maar ook bijvoorbeeld Olvarit[64]. Zwitsal heeft een actie lopen waar elke dag een goodybag met Zwitsalproducten weggegeven wordt. Het enige wat de Hyver hiervoor moet doen is meedoen aan een 'online' fotoshoot met behulp van een webcam. Op deze manier wordt het profiel van de Hyver gepimpt met de foto's van de 'shoot' en levert dit ook weer branding op voor Zwitsal zelf.

Overigens komt het bij veel fabrikanten voor dat zij niet zelf actief zijn op Hyves, maar dat 'fans' van het merk dit hebben opgezet en dus is het niet altijd duidelijk of het om het echte bedrijf gaat of dat er iemand van buitenaf een profiel beheert. Als fabrikant is het slim om deze mensen te sturen of te vragen om het account over te nemen zodat de content op de Hyvespagina niet schadelijk kan zijn voor het bedrijf.

Verwachtingen

Hyves heeft momenteel al veel merkfans, maar kan er tot op heden nog steeds niet zoveel mee doen.[65] Het zou mooi zijn als de fabrikanten berichtjes naar deze fans kunnen sturen om ze mee te laten denken over nieuwe producten of verbeteringen e.d. Voor de rest krijgt de klant in de toekomst steeds meer voor het zeggen[66], en zullen de(potentiële) kopers op deze manier met elkaar in contact komen en foto's, video's met elkaar delen. Zo ontstaat er merkbeleving bij deze mensen wat ook veel indirecte/uitgestelde sales op kan leveren.

Kansen Affiliate4you

Affiliate4you heeft weinig met fabrikanten te maken op dit moment. Het enige voordeel wat ze kunnen behalen is via een Hyvespagina zien dat een fabrikant weer een nieuw product op de markt gebracht heeft, of een filmpje van het een of ander gemaakt heeft dat zij door kunnen geven aan webmasters. Ook zouden er affiliatelinks geplaatst kunnen worden op de Hyves van de fabrikant(hierbij valt te denken aan b.v. een Hyves als Maxicosi waarbij een link geplaatst wordt van Affiilate4you met een link naar de webshop waar dit product verkocht wordt). Maar de kans is groot dat dit verwijderd wordt als er een goede beheerder actief is op dit Hyvesprofiel.

Hoe toe te passen?

Linkjes plaatsen bij verschillende fabrikanten op Hyves van producten die bij de webshops verkocht worden die bij Affiliate4you aangesloten zijn. De vraag hierbij is alleen of dit genoeg

---

[63] http://zwitsal71.hyves.nl/?ref=sr , http://www.hyves.nl/actie/zwitsal , http://zwitsalbaby.hyves.nl/

[64] http://olvarithyve.hyves.nl/

[65] http://www.emerce.nl/nieuws.jsp?id=2198530

[66] Boek: Klanten zijn eigenlijk nét mensen! - Jos Burgers

rendement uit te behalen valt aangezien er wel wat tijd in gaat zitten om de juiste Hyvespagina's te vinden met kans dat deze berichtjes alsnog verwijderd worden, maar ook dat het nog niet bekend is of er daadwerkelijk op geklikt, dan wel gekocht wordt.

4.3.2 Fabrikanten en Twitter

Wat doen ze momenteel?

Een aantal fabrikanten als Chicco[67], Easywalker[68] en Fisherprice[69] zijn actief op Twitter. Chicco en Fisherprice zijn Engelse Twitteraccounts. Zij prijzen hier vooral nieuwe producten aan, maar verwijzen ook naar anders social media zoals Facebook:

"Become a Facebook Fan: http://tinyurl.com/2wuadpw"

Easywalker pakt het alweer anders aan. Zij hebben een apart Nederlands Twitteraccount. Als er iets belangrijks uit het account van de VS komt, dan retweeten zij dit, zodat ook de Nederlandse Twitteraars op de hoogte blijven. Voor de rest hebben zij Youtube ook aan Twitter gekoppeld. Als er een nieuw filmpje op Youtube geplaatst wordt, wordt dit automatisch doorgekoppeld naar Twitter. Ook reageren zij op klanten wanneer deze vragen hebben over bepaalde producten.

Verwachting

De meeste fabrikanten binnen de jonge gezinnenbranche zijn nog niet actief. Degene die wel actief zijn plaatsen links met acties e.d. of laten de Tweets lopen via RSS feeds. Ook wordt er gereageerd op vragen en wordt het gemeld als er nieuwe producten zijn of als er een nieuw filmpje is toegevoegd aan Youtube(dit kan zowel automatisch lopen als dat ze dat zelf Twitteren). Het is voor de toekomst goed om als merk aanwezig te zijn op Twitter zodat je kan monitoren wat er over je gezegd wordt en doe je als bedrijf mee met de trend.

Kansen Affiliate4you

Affiliate4you kan er baat bij hebben als er leuke nieuwe berichten vanuit de fabrikanten zijn dit door te Twitteren. Stel dat er via Twitter een nieuw filmpje binnenkomt over een nieuwe Easywalker, en een zwangere vrouw is net opzoek naar een kinderwagen, dan kan dat net de doorslaggevende factor zijn voor verkoop.

Hoe toe te passen?

Proberen zoveel mogelijk fabrikanten te volgen op Twitter en indien er leuke nieuwtjes, filmpjes of andere dingen zijn deze retweeten zodat dit ook bij followers terecht komt die er wellicht wat mee kunnen gaan doen(filmpje plaatsen en/of als webshop zijnde informeren naar nieuw product).

---

[67] http://twitter.com/chiccobaby

[68] http://twitter.com/EasywalkerNL

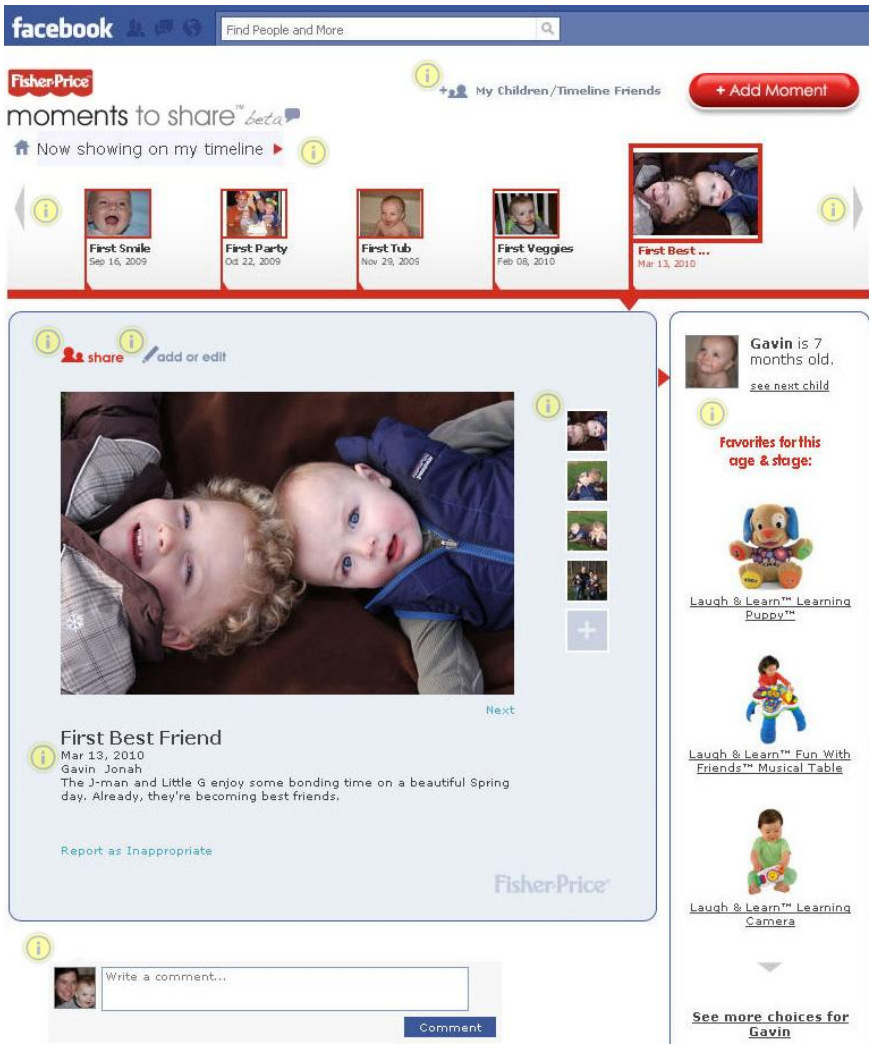
[69] http://twitter.com/fisherpricehome

4.3.3 Fabrikanten en Facebook

Wat doen ze momenteel?

Fabrikanten als Starbucks[70] en Coca Cola[71] hebben het goed begrepen. Binnen social media moet je niet denken aan online sales, maar meer hoe mensen met je merk bezig zijn. Dit is tevens ook wel een lastig punt, aangezien je op deze manier vaak niet direct sales kan meten.

Fisher Prince heeft hier een combinatie in.[72] Ze proberen mensen eerst te lokken met een leuk fotoalbum als applicatie, maar als je goed oplet hebben ze aan de zijkant speelgoed van Fisher Price staan die aansluiten bij de leeftijd van het kind. Heel slim dus, aangezien ook familieleden deze foto's zullen gaan bekijken, en stel dat ze bij het kijken ineens een heel leuk cadeautje vinden!



In deze widget speelt dus goed in op het verschil tussen mensen onbewust met je merk bezig te laten zijn, maar er wellicht toch wel sales uit kunnen halen.

Wederom is ook Zwisal actief op Facebook met een leuke pagina en met meer dan 2000 leden.[73]

EasyWalker uit de VS heeft ook een behoorlijke Facebookpagina.[74] Consumenten stellen hier vragen, welke door het bedrijf zelf ook beantwoord worden. Als bedrijf is het natuurlijk goed dat je zo actief bent op social mediagebied met je klant.

---

[70] http://www.facebook.com/?ref=home#!/Starbucks?ref=ts

[71] http://www.facebook.com/?ref=home#!/cocacola?v=app_161193133389&ref=ts&ajaxpipe=1&__a=24

[72] http://www.fisher-price.com/moments/

[73] http://nl-nl.facebook.com/pages/Zwitsal/118317830124

[74] http://www.facebook.com/pages/EasyWalker-Inc/31989424932

Verwachting
Zeker in de VS zijn ze al een stuk verder met Facebook dan in Nederland. De verwachting is dan ook dat de stijgende lijn met Nederlandse Facebookprofielen alleen maar toe zal nemen aangezien er nu al een stevige groei zit in het aantal aanmeldingen bij Facebook. [75]

Kansen Affiliate4you
Het is goed om te kijken hoe fabrikanten omgaan met social media zodat Affiliate4you hier dingen van over kan nemen richting consumenten en/of webmasters. Ook kan Affiliate4you mogelijkheden voor social media voorleggen aan fabrikanten welke nog niet actief zijn met social media, maar nog niet weten hoe ze in kunnen zetten advies geven tegen betaling.

Hoe toe te passen?
De fabrikanten toevoegen op Facebook en eens in de zoveel tijd kijken of er veranderingen plaatsgevonden hebben. Ook kan Affiliate4you aan fabrikanten de mogelijkheden van social media aangeven. In principe levert het Affiliate4you niets tot weinig op als fabrikanten Facebook in gaan zitten, behalve dat ze de ontwikkelingen van fabrikanten kunnen volgen.

4.3.4 Fabrikanten en LinkedIn

Wat doen ze momenteel?
Momenteel heeft bijna elke fabrikant wel een aantal medewerkers met een LinkedInaccount. Medewerkers kunnen zich via LinkedIn toevoegen aan het bedrijf en kunnen discussies aangaan met andere leden, concurrenten of bedrijven. Hier onderhouden ze connecties met andere partijen en mensen in discussies.

Verwachting
Allereerst heeft LinkedIn een hoge groeipotentie (33%)[76] en dus worden bedrijven actiever op LinkedIn omdat er steeds meer kennis van medewerkers bij komt en er dus steeds meer expertise aanwezig is binnen het netwerk. Medewerkers van een bedrijf kunnen andere mensen helpen of meedenken met hun vraagstukken, of juist peilen wat hun gedachtegang over een bepaald onderwerp is. Ook zal LinkedIn steeds meer als HR functie gebruikt worden(zoeken naar nieuwe medewerkers) welke momenteel al veel gebruikt wordt.[77]

Kansen Affiliate4you
Affilaite4you kan meekijken met discussies en misschien wel in gaan spelen op behoeftes van fabrikanten die uit deze discussies voortkomen. Stel dat een fabrikant merkt dat zijn producten meer online verkocht worden dan in de winkel(via andere partijen) kan Affiliate4you ze benaderen om eens na te denken over affiliatemarketing waarin zij wat kunnen betekenen voor het bedrijf.

Hoe toe te passen?
Fabrikanten die in dezelfde branche operen toevoegen op LinkedIn en volgen waar zij allemaal op reageren. Dit kan goed gemonitord worden omdat er elke week een update vanuit LinkedIn gestuurd wordt waarin de mensen waar je lid mee bent kan volgen in discussies e.d. Als dat dus goed bijgehouden wordt kan er wellicht meer uitgehaald worden en op gereageerd worden.

---

[75] http://www.yme.nl/ymerce/2010/02/22/social-media-in-nederland-in-cijfers-deel-2/
[76] http://www.multiscope.nl/organisatie/nieuws/berichten/nederlander-netwerkt-7-uur-per-maand.html
[77] Bron: Social Media monitor 2009

4.3.5 Fabrikanten en Blogs

Wat doen ze momenteel?

Een bedrijf met een blog wordt gezien als: een innovatief bedrijf die inspeelt op de kansen in de markt en een goede toekomstvisie heeft en expert is op haar vakgebied.[78]

Lezers krijgen hierdoor meer bewondering voor het bedrijf. Bedrijven met een corporate blog worden daarnaast gezien als consument gericht doordat ze met deze vorm van contentmarketing toegankelijk zijn, gemakkelijk contacten leggen en persoonlijk communiceren.[79]

Fabrikanten kunnen een blog met verschillende soorten informatie vullen. Zo kunnen ze bloggen over nieuwe producten, als er zich een productiefout heeft voorgedaan, maar ook leuke filmpjes en interessante links e.d. posten.

Een voorbeeld hiervan is de blog van Maxicosi.[80] Momenteel staan daar veelgestelde vragen op, maar ook een melding van een productfout met uitleg. Een voorbeeld van een blog dat niet binnen de jongen gezinnenbranche valt is die van Apple[81] waar nieuwtjes, reviews, en filmpjes over Apple producten geplaatst worden. Dit wordt allemaal opgezet om de consumenten zoveel mogelijk op de hoogte te houden.

Verwachtingen.

De verwachting is dat steeds meer fabrikanten met blogs gaan komen. Nieuws binnen krijgen via nieuwssites is dan niet meer genoeg. Echte fans willen zo snel mogelijk de nieuwste ontwikkelingen binnen bedrijven weten en het liefst op een zo prettig mogelijke manier.

Kansen Affiliate4you.

Voor Affiliate4you liggen er weinig kansen, als is het wel leuk om consumenten eens te verwijzen naar de blogs zodat zij van het bestaan afweten en wellicht wel enthousiast gemaakt worden om een product te kopen. Maar echte fans van fabrikanten weten de blog zelf wel te vinden.

Hoe toe te passen.

De vraag daarbij is of je wel het gewenste effect bereikt wanneer je mensen door gaat sturen naar een dergelijke blog. Zo kunnen consumenten namelijk na het zien van een product op de blog van een fabrikant gelijk gaan Googlen en niet meer terecht komen op een affiliatelink waardoor er sales misgelopen worden.

4.3.6 Fabrikanten en Youtube

Wat doen ze momenteel?

Fabrikanten zijn nog niet heel erg actief op Youtube, Easywalker doet wel al wat op Youtube door verschillende types weer te geven en te laten zien hoe deze gebruikt worden(bijvoorbeeld

---

[78] http://www.merge-media.com/2010/01/11/content-marketing-deel-viii-het-blog/

[79] http://www.molblog.nl/bericht/Corporate-blog-heeft-positieve-uitwerking-op-de-reputatie-maar-de-bedrijven/

[80] http://www.maxicosiblog.nl/?p=6

[81] http://theappleblog.com/

filmpjes over het in en uitklappen van een buggy/kinderwagen e.d.[82]. Bugaboo doet hierin ook precies hetzelfde.[83] Het is goed dat fabrikanten dit doen. Op deze manier laten ze wat extra's zien wanneer consumenten in een onderzoekfase zitten.

Verwachtingen.
De verwachting is dat ook steeds meer fabrikanten over zullen gaan op filmpjes via Youtube. Steeds meer mensen kopen online[84] en dus moeten fabrikanten zich ook meer via internet gaan onderscheiden. Als er filmpjes van producten gemaakt worden geeft dit vaak al een betere indruk van het product.

Kansen Affiliate4you
Wanneer steeds meer fabrikanten filmpjes gaan plaatsen is dit voor Affiliate4you zeker een pluspunt. Filmpjes kunnen bij producten geplaatst worden die webshops aanbieden, en deze filmpjes kunnen ook gebruikt worden door webmasters waardoor er meer saleskansen zijn omdat consumenten het product direct op het filmpje kunnen zien.

Hoe toe te passen?
Affiliate4you moet zich gaan abonneren via Youtube op fabrikanten die een Youtubeaccount hebben. Zo blijven zij op de hoogte als fabrikanten nieuwe filmpjes toegevoegd hebben en deze kan Affiliate4you dan weer goed gebruiken voor zowel eigen gebruik als naar webmasters toe.

4.3.7 Fabrikanten en vergelijkingssites

Wat doen ze momenteel?
"Winkelend publiek mijdt websites fabrikanten. Slechts 17 procent van de Nederlanders oriënteert zich voor een nieuwe aankoop op sites van de producent zelf. De rest doet dat op onafhankelijke derde sites" [85] Dit geeft wel aan dat vergelijkingssites erg populair zijn en dus de rol van fabrikanten over genomen heeft qua verkoop. Bovendien verkopen veel fabrikanten hun producten niet zelf, maar via derden in (web)winkels.

Verwachtingen
De verwachting is dat steeds meer mensen vergelijkingssites gaan raadplegen. (zie ook 4.1.7). Zeker met de opkomst van mobiel internet zal dit alleen maar sterker worden. Mensen gaan offline naar een product kijken, kijken via hun mobiel op een prijsvergelijkingssite en proberen op die manier af te dingen bij de winkel, of ze kopen het product gewoon online. De concurrentie wordt dus echt veel sterker en producten van fabrikanten worden steeds meer via het internet gekocht.

Kansen Affiliate4you
Affiliate4you gaat al inspelen op deze manier van concurrentie. Door het datafeedproject dat er loopt kan er veel makkelijker een vergelijkingssite opgebouwd worden qua producten en het

---

[82] http://www.youtube.com/user/easywalkerSKY

[83] http://www.youtube.com/watch?v=yPWfC8ZDp6Y

[84] http://www.volkskrant.nl/economie/article1300043.ece/Steeds_meer_aankopen_online

[85] http://www.emerce.nl/nieuws.jsp?id=2980938

enige wat er dan moet gebeuren is dat de feeds vaak genoeg ingelezen worden zodat de data die in de vergelijkers komt te staan up to date zijn.

Hoe toe te passen?
De filmpjes van de fabrikanten hier ook goed bij kunnen helpen om een extra indruk te geven van het product. Zo kan er op de vergelijkingssite een beter beeld gecreëerd worden van het product van de fabrikant en levert dit voor Affiliate4you uiteindelijk meer sales op.

Maar verder als fabrikanten zelf zijnde heeft Affiliate4you weinig aan fabrikanten en de vergelijkingssite tenzij veel fabrikanten zelf de sales willen gaan doen en affiliatemarketing in willen gaan zetten.

4.3.8 Analyseoverzicht van Fabrikanten

Uit de analyse van de fabrikanten blijkt dat Affiliate4you hier niet tot nauwelijks sales uit kan behalen. Een van de beste mogelijkheden is Youtube, omdat webmasters en webshops deze filmpjes ook kunnen plaatsen voor meer sales. Dat vergelijkingssites slecht scoren heeft te maken dat fabrikanten vaak hun producten niet zelf in een webshop verkopen en dus niets tot weinig met vergelijkingssites te maken hebben.

Platform	Hyves	Twitter	Facebook	LinkedIn	Blogs	Youtube	Vergelijkingssites
Score	+-	+	-	+	+-	++	--

<u>Nog even de punten op een rijtje:</u>

Hyves: +-

Affiliate4you doet eigenlijk niets tot weinig met grote fabrikanten. Zeker niet als het om Hyves gaat.

De enige mogelijkheden die nuttig kunnen zijn op Hyves:

Affiliatelinks plaatsen met de kans dat deze verwijderd worden, op de hoogte blijven van nieuws van fabrikanten of de merkbelevingen bekijken.

Twitter: +

Fabrikanten zelf zijn nog niet heel actief op Twitter, plaatsen soms wat filmpjes of acties uit hun eigen shop. Ook reageren zij op klanten als deze vragen stellen via Twitter.

Mogelijkheden voor Affiliate4you:

Fabrikanten op Twitter volgen en stel dat er nieuwe filmpjes geplaatst zijn hierop inspelen door deze door te Twitteren zodat dit ook bij webmasters terecht komt.

Facebook: -

Momenteel wordt er door grote buitenlandse fabrikanten veel gedaan op Facebook in de vorm van applicaties die op de accounts geplaatst kunnen worden en inspelen op emoties/ merkbeleving van de consumenten. Binnen Nederland zijn er nog maar weinig fabrikanten op actief.

Mogelijkheden Affiliate4you:

Voor Affiliate4you zijn er geen directe voordelen dat fabrikanten op Facebook aanwezig zijn. Wel kunnen zij fabrikanten in de gaten houden voor ontwikkelingen op Facebook om te kijken of ze zelf op den duur iets kunnen doen.

LinkedIn: +

Doordat er steeds meer kennis op LinkedIn komt door het aantal medewerkers dat zich aansluit ontstaat er steeds meer inzicht en diepgang in de discussies die plaatsvinden.

Mogelijkheden Affiliate4you:

Discussies volgen waar behoeftes van fabrikanten uit kunnen komen waar Affiliate4you op in kan spelen of advies in kunnen geven zodat ze zich wellicht aansluiten bij het netwerk en de zwakke plekken leren kennen van fabrikanten. Want vaak ontstaan dit soort berichten uit een behoefte/mindere mate van kennis.

Blogs: +-

Lezers van bedrijfsblogs krijgen meer bewondering voor het bedrijf en de verwachting is dat fabrikanten dan ook steeds meer met blogs zullen gaan komen.

Mogelijkheden Affiliate4you:

Weinig kansen, echte fans komen vanzelf het blog van de fabrikant wel tegen. Desalniettemin is het leuk om consumenten te wijzen op het blog voor leuke informatie zodat zij van het bestaan van het blog afweten en wellicht enthousiast gemaakt worden voor het merk.

Youtube: ++

Nog niet heel veel fabrikanten zijn actief op Youtube. Degene die dit doen plaatsen filmpjes van hun eigen producten.

Mogelijkheden:

Abonneren op fabrikanten dat zodra er nieuwe filmpjes zijn deze ook doorgeplaatst kunnen worden naar webmasters er op Babyplaats gezet kunnen worden. Want filmpjes zijn een toegevoegde waarde voor extra sales.

Vergelijkingssites: -

Fabrikanten:

Fabrikanten zorgen vaak niet zelf voor sales, maar laat dit gebeuren door derden. Zij hebben dan dus ook weinig te maken met vergelijkingssites waar vaak naar prijs gekeken wordt en dit dus met een andere partij te maken heeft.

Mogelijkheden:

Een vergelijkingssite maken van fabrikanten met soortgelijke producten. Maar dit is al in eerdere analyses besproken bij consumenten en webshops.

4.4 Webmasters

4.4.1.Webmasters en Hyves

Wat doen ze momenteel?

Binnen Hyves wordt er momenteel door webmasters al wel gebruik gemaakt van affiliatelinks.. Op deze Hyves worden alleen maar linkjes geplaatst omdat er voor de rest op affiliategebied nog niets mogelijk is tenzij je over betaalde banners gaat praten. [86] Ook zijn er nog geen mogelijkheden aanwezig voor datafeeds e.d.

Verwachtingen

De mogelijkheden op Hyves voor affiliatemarketing zijn niet meer dan tekstlinkjes plaatsen op verschillende plekken, zowel op als ergens anders buiten het profiel om. Hier zou verandering in kunnen komen als mensen door kunnen linken op bijvoorbeeld plaatjes of producten uit een datafeed kunnen selecteren, maar er is nog niets bekend of dit in de toekomst ook daadwerkelijk gaat gebeuren.

Kansen Affiliate4you

Affiliate4you zou zelf een Hyves aan kunnen maken en hier tekstlinks op plaatsen. Dit kan zowel op de Babyplaatshyves, als dat er gewoon nieuwe Hyves aangemaakt worden die betrekking hebben op Jonge Gezinnen. Hier moet in eerste instantie niet de gedachte van sales behalen achter zitten, maar dat moeders met elkaar kunnen praten/ in contact komen. Zij gaan namelijk vanzelf wel ergens op klikken als zij langer op de Hyves verblijven. Zij zullen namelijk eerder wegklikken wanneer zij gelijk zien dat het een 'saleskanaal' berust dan wanneer zij leuke mogelijkheden zien om in contact te komen met andere moeders.

Hoe toe te passen?

Als Affiliate4you deze Hyves op wilt gaan zetten is het wel van belang dat deze goed bijgehouden wordt. Links kunnen namelijk verouderen waardoor hier geen resultaat meer uit behaald wordt. Ook is het leuk als er plaatjes van producten op de Hyves gezet worden. Om naar deze producten door te linken moet er onderaan bij het plaatje een reactie of beschrijving achtergelaten worden zodat mensen direct doorgelinkt worden en niet ergens op een site moeten gaan zoeken waar dit product zich bevindt. Ook moeten er discussies en polls opgestart worden en ook leuke filmpjes die met de jonge gezinnenbranche te maken hebben(zoals filmpjes van webshops, of juist leuke kinderfilmpjes die op Youtube gezet zijn). Ook kunnen er leuke producten aangeboden worden via marktplaats op Hyves. Hier zet je dus allerlei acties in, in de hoop dat mensen overgaan tot aankopen. Ook de www functie kan leuk gebruikt worden voor acties. Deze verschijnen namelijk bovenaan op de publieke homepagina waardoor het ook gezien wordt als je niet op het profiel bent. Bovendien kan je als webmaster goed privéberichten versturen naar de leden binnen je netwerk. Hier zou Affiliate4you dan acties in mee kunnen nemen.

4.4.2 Webmasters en Twitter

Wat doen ze momenteel?

Er zijn al webmasters die een Twitteraccount hebben en affiliatelinks plaatsen. Dit gebeurd momenteel ook al met de Babyplaats Twitter. Veelal worden acties of nieuwe producten doorgetwitterd die gepaard gaan met een affiliatelink. Mensen die er dus op klikken komen

[86] http://www.jwbobbink.nl/bobbink/affiliate-marketing/hyves-en-affiliate-marketing-een-goede-combinatie/

direct op een van de aangesloten webshops terecht en kopen hier dan wellicht hun product wat doorgemeten wordt.

Verwachtingen
Afhankelijk hoe Twitter zich gaat ontwikkelen is het wel leuk om webmasters actief te maken op Twitter. Het is een leuke manier om shops naar consumenten toe te promoten en het updaten ervan is voor webmasters ook vrij makkelijk. Het is gewoon hetzelfde principe als tekstlinks plaatsen, dus de kans dat webmasters hier meer gebruik van gaan maken blijft toenemen als de stijgende lijn van het aantal gebruikers op Twitter door blijft zetten.

Kansen Affiliate4you
Affiliate4you zou als webmaster van Babyplaats zelf ook links en leuke acties kunnen plaatsen en hier extra sales uit halen. Dit kost niet heel veel extra tijd aangezien er ook maar weinig tekst via Twitter geplaatst kan worden.

Hoe toe te passen?
Items uit de nieuwsbrieven naar webmasters Twitteren, maar ook leuke filmpjes van baby's of kinderen of leuke artikelen plaatsen op Twitter. Op deze manier wordt Twitter niet alleen een saleskanaal, maar kunnen consumenten ook leuke nieuwsberichtjes of iets dergelijks lezen. Maar zonder followers kan je niets op Twitter, en dus is het aan te raden om in nieuwsbrieven mee te nemen dat je actief bent op Twitter.

4.4.3 Webmasters en Facebook

Wat doen ze momenteel?
Momenteel zijn er nog geen webmasters actief op Facebook. De mogelijkheden die er op Facebook zijn liggen niet ver van de mogelijkheden van Hyves af. Zo zouden er filmpjes, foto's, maar vooral ook als belangrijkste optie binnen de affiliatemarketing tekstlinks en betaalde advertenties geplaatst kunnen worden.

Verwachtingen
Als Facebook de stijgende lijn door blijft zetten[87] is het als webmaster verstandig om ook op Facebook een account aan te maken met affiliatelinks zoals dit al op Hyves gebeurd. De consumenten

Kansen voor Affiliate4you
Voor Affiliate4you liggen er kansen om zelf een Facebookaccount aan te maken en affiliatelinks te plaatsen. Maar hier moet net als bij Hyves niet al te veel tijd in gestoken worden omdat het nog niet heel rendabel is om hier steeds op actief te zijn(links kunnen namelijk verouderen wat weer tijdrovend is om te vernieuwen) en er qua tijd wel manuren in gaan zitten

Hoe toe te passen?
Er moet een account op Facebook aangemaakt worden zodat er in ieder geval een account aanwezig is waar wat linkjes opstaan , dat mocht Facebook ineens de komende tijd een harde groei doormaken dat er al een actief account is en van de opgedane kennis geprofiteerd kan worden.

[87] http://adfirst-blog.nl/2010/04/15/facebook-in-nederland-maakt-snelle-groei-door/

4.4.4 Webmasters en LinkedIn

Wat doen ze momenteel?

LinkedIn is niet het beste kanaal voor webmasters en ogenschijnlijk wordt hier dan ook weinig gebruik van gemaakt. Dit zullen zij hoogstens doen om een affiliatenetwerk aan te prijzen bij andere leden, maar echt dingen verkopen zal er niet in zitten, zeker omdat het netwerk zakelijk gericht is en niet richting consumenten. Wel kunnen webmasters hier van elkaar leren(en ook van het buitenland) omdat er verschillende pagina's met discussies zijn waar webmasters en affiliatenetwerken elkaar vragen kunnen stellen en professioneel gesprekken aan kunnen gaan.

Verwachtingen

De verwachting is dat LinkedIn een communitie zal blijven voor zakenlui. Webmasters kunnen hier elkaar dan ook tips blijven geven en discussies aangaan. Het is dan ook belangrijk dat Affiliate4you deze discussies in de gaten houdt en bij vragen van webmasters in kan grijpen. Maar LinkedIn zal niet als saleskanaal voor de webshops als webmaster gebruikt kunnen worden.

Kansen voor Affiliate4you

Affiliate4you moet de discussies tussen webmasters via het netwerk goed in de gaten houden om te laten zien dat zij graag hulp bieden bij vragen voor webmasters. Bovendien zou Affiliate4you kunnen kijken of ze webmasters kunnen vinden die ook een profiel hebben op LinkedIn en hun kunnen benaderen om ook webmaster te worden. Deze mensen kunnen gevonden worden als zij aan discussies over affiliatemarketing deelnemen.

Hoe toe te passen?

Affiliate4you moet de discussies goed in de gaten houden die gaande zijn binnen bepaalde groepen(hier valt te denken aan groepen als affiliatemarketing, online marketing e.d.) en hier zich ook in te mengen. Op deze manier kan Affiliate4you zichzelf neerzetten als een bedrijf dat moeite doet om webmasters te helpen en moeite te willen nemen om webmasters van dienst te zijn.

4.5 Webmasters en Blogs

Wat doen ze momenteel?

Blogs worden regelmatig gebruikt door webmasters. Het is immers een toegevoegde waarde om een blog met tips te hebben en in te spelen op de consumenten. Op deze manier worden producten van webshops op een leuke manier weergegeven, aangezien er vaak ook leuke stukjes tekst omheen gezet worden en het er niet direct uitziet als een webshop en de nadruk dus op het kopen ligt.

Verwachtingen

Blogs kennen een grote groei. De kans dat er dus ook meer blogs met affiliatelinks komen wordt daarmee ook groter. Vaak weten consumenten niet eens direct dat het om een blog gaat die gebruikt maakt van affiliatelinks omdat zij niet zoveel verstand hebben hoe dit werkt. Bovendien lezen zij vooral de tekst en gaan dan uiteindelijk op de link klikken omdat zij daar bijvoorbeeld iets over gelezen hebben.

Kansen voor Affiliate4you

Voor consumenten heeft het een toegevoegde waarde als er een stukje tekst bij een link staat ipv alleen een beschrijving wat er te vinden is wanneer er doorgeklikt wordt. Het is immers leuk om

eerst een stukje over de site te lezen en daarna door te kunnen klikken. Affiliate4you zou dus zelf ook een blog kunnen starten, of webmasters tips geven hoe ze het beste een blog kunnen starten om zoveel mogelijk sales te behalen. Ook kunnen zij gebruik maken van content die webshops op hun blog hebben staan, maar de links hier naartoe omzetten in affiliatelinks.

Hoe toe te passen?
Voor Affiliate4you gaat het teveel tijd kosten om zelf een goede blog op te zetten, maar voor webmasters is het wel leuk om hier meer mee te doen. Tekst en afbeeldingen zijn namelijk erg aantrekkelijk voor consumenten om te bekijken en hebben dan ook een gunstig effect op de sales. Affiliate4you moet webmasters dan ook aanraden om leuke stukjes tekst op de blogs te zetten en aanraden hierbij ook te kijken op blogs van webshops.

4.4.6 Webmasters en Youtube

Wat doen ze momenteel?
Webmasters maken nog geen gebruik van Youtube. Hier kunnen namelijk geen affiliatelinks geplaatst worden waardoor het ook niet zinvol is om hier op aanwezig zijn. Wel kunnen webmasters filmpjes oppikken van een aantal webshops die filmpjes geplaatst hebben om wat extra toegevoegde waarde aan hun eigen website te geven door dit beeldmateriaal.

Verwachtingen
Consumenten vinden het leuk om extra beeldmateriaal te bekijken en zullen wellicht ook wel meer aankopen doen nadat ze filmpjes gezien hebben. Of elke shop dan ook beeldmateriaal beschikbaar stelt zodat de webmasters hier meer mee kunnen doen is maar de vraag omdat filmpjes maken tijdrovend is. Webmasters zouden zeker wel van deze optie gebruik maken.

Kansen voor Affiliate4you
Webmasters kunnen beeldmateriaal van fabrikanten plaatsen(zoals Maxi-cosi filmpjes) en dan een link naar webshops die deze producten verkopen.

Hoe toe te passen
Affiliate4you zou dit als tip kunnen geven aan webmasters om de producten extra info mee te geven in de vorm van een filmpje. En wellicht wat voorbeelden te geven hoe ze dit het beste kunnen doen.

4.4.7 Webmasters en vergelijkingssites

Wat doen ze momenteel?
Alle vergelijkingssites zijn in principe affiliatewebmasters. Wanneer consumenten overgaan tot aankopen wordt dit doorgemeten door de vergelijkingssites. Deze hebben vaak aparte contracten met de partijen die op de site staan en zijn dus in principe niet aangesloten bij een affiliatenetwerk.

Verwachtingen
Consumenten gaan steeds meer op internet vergelijkend onderzoek doen welk product ze het beste kunnen kopen en waar ze het goedkoopste uit zijn. Vergelijkingssites zullen hier dan ook een steeds belangrijkere rol in gaan spelen. Ook zijn prijsvergelijkers iets beter voor leads dan AdWords[88]. Elke webmasters zou in principe zijn eigen prijsvergelijkingssite op kunnen zetten met behulp van datafeeds van de verschillende shops. Dit zal in de toekomst niet heel veel

[88] http://www.emerce.nl/nieuws.jsp?id=2985222&

verder uitbreiden omdat de vergelijkingssites al een beetje verzadigd zijn. Hier zou Affiiliateyou qua nichenetwerk nog wel kansen hebben.

Kansen Affiliate4you
Aangezien Affiliate4you al bezig is om een vergelijkingsmogelijkheid op Babyplaats neer te zetten wordt er al een grote kans voor meer sales binnen gehaald. Zo komen er ook meer bezoekers naar de site omdat prijsvergelijk nou eenmaal erg gewild is en zal de site ook steeds beter in Google omhoog komen. Het is een mogelijkheid om zulke vergelijkingsopties ook aan andere webmasters aan te bieden. De vraag is dat of dit voordelig is voor Babyplaats, omdat het concept van veel babyspullen vergelijken dan niet meer zo uniek is, maar aan de andere kant kunnen er wel weer meer sales via andere sites behaald worden. Bovendien kunnen consumenten via een vergelijkingssite ook recensies achterlaten, waardoor de site van webmasters ook weer beter bezocht wordt.

Hoe toe te passen?
Extra adverteren op zoekwoorden als goedkope autostoeltjes e.d. om mensen op Babyplaats terecht te laten komen, zeker wanneer andere webmasters ook gebruik gaan maken van vergelijkingsopties tussen prijzen. Voor de rest moeten de feeds goed up to date blijven zodat de prijzen actueel zijn en dus ook eerlijk vergeleken kan worden. Ook zouden webmasters zich op een speciaal gebied kunnen laten richten(bijvoorbeeld alleen het verkopen en vergelijken van kinderstoeltjes) zodat sites niet allemaal dezelfde content krijgen.

4.4.8 Analyseoverzicht webmasters

Voor webmasters zijn er veel mogelijkheden om social media in te zetten. Hier springen blogs en vergelijkingssites wel bovenuit omdat deze door veel consumenten bezocht worden en zij graag extraatjes over producten willen weten(het zij in de zin van verhalen/foto's/recensies). LinkedIn scoort het minste omdat hier geen sales behaald worden, maar webmasters wel met elkaar in contact kunnen komen en discussies aan kunnen gaan. Facebook scoort ook nog laag omdat webmasters hier nog maar weinig sales uit kunnen behalen, maar in de toekomst wel.

Platform	Hyves	Twitter	Facebook	LinkedIn	Blogs	Youtube	Vergelijkingssite
Score	+	+	+-	+-	++	+	++

<u>Nog even de punten op een rijtje:</u>

Hyves: +

Momenteel zijn er nog geen mogelijkheden om datafeeds in Hyves te zetten en kunnen webmasters alleen tekstlinks plaatsen of betaalde banners plaatsen.

Mogelijkheden:

Tekstlinks, plaatjes met eronder tekstlinks naar producten toe, acties in WWW zetten, blog bijhouden, filmpjes neerzetten, kortom; veel mogelijkheden die voor consumenten ook gebruikt zijn. Met al deze mogelijkheden moeten we affiliatelinks meegeven worden om de sales te kunnen meten.

Twitter: +

Het is vrij simpel om als webmaster een Twitteraccount te beginnen. Wel moet je dan consumenten enthousiast maken om het Twitteraccount te volgen, want zonder volgers zijn er nog geen leads te behalen.

Mogelijkheden:

Twitteraccount in nieuwsbrieven meenemen om meer leden te krijgen. De inhoud op Twitter zullen vooral acties, leuke filmpjes en afbeeldingen van producten met een link naar de shop toe zijn.

Facebook:+-

Momenteel zijn er nog geen webmasters actief op Facebook. Als het ledenaantal van Facebook zo fors blijft toenemen zal dit vanzelf wel komen.

Mogelijkheden:

Een Facebookaccount aanmaken en hier linkjes op plaatsen en regelmatig bijhouden dat deze niet verouderen. Tevens kunnen en foto's, video's en applicaties op gezet worden.

LinkedIn: +-

LinkedIn kan niet als saleskanaal gebruikt worden, maar er zijn webmasters actief die ervaringen delen met andere webmasters

Mogelijkheden:

Deze webmasters toevoegen op LinkedIn en kijken naar hun bezigheden op LinkedIn. Wanneer zij deelnemen aan discussies kan Affiliate4you hier wellicht bij helpen of inspelen. Ook kan Affiliate4you discussies op het gebied van affiliatemarketing volgen en zo wellicht nieuwe webmasters werven.

Blogs: ++

Het aantal blogs neemt nog steeds erg toe. Blogs zijn een goede toegevoegde waarde voor consumenten en hier kunnen dan ook goede sales uit behaald worden wanneer webmasters hun eigen blog bijhouden.

Mogelijkheden:

Affiliatelinks tussen artikelen door plaatsen wat zorgt voor een leuke content dat het consumenten bijna niet opvalt dat er affiliatelinks tussen staan. Ook plaatjes en filmpjes helpen hierbij mee.

Youtube: +

Webmasters kunnen geen gebruik maken van Youtube omdat hier geen affiliatelinks geplaatst kunnen worden, terwijl consumenten het leuk vinden om filmpjes te bekijken.

Mogelijkheden:

Webmasters kunnen Youtubefilmpjes embedden zodat zij deze filmpjes ook voor hun eigen site kunnen gebruiken en een toegevoegde waarde door een filmpje aan een product mee kan geven.

Vergelijkingssite: ++

Alle vergelijkingssites zijn in principe affiliatewebmasters omdat ze producten van webshops naast elkaar zetten en hier ook sales uit behalen. Vaak hebben ze al aparte contracten met fabrikanten.

Mogelijkheden:

Zelf vergelijkingssite opzetten(is al het idee met Babyplaats) en voor webmasters is het een idee om zich op een speciaal gebied te richten, bijvoorbeeld alleen kinderstoeltjes.

5.0 SWOT-analyse Social Media en Affiliatemarketing

Voordat ik antwoord kan geven op de vraag hoe Social Media het beste kan worden toegepast met Affiliatemarketing kijk ik eerst naar de interne en externe sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen die Social Media met zich mee kan brengen d.m.v. een SWOT-analyse.

Sterktes

- Social Media is snel en kan een grote groep mensen bereiken.
- Worden steeds meer aankopen via internet gedaan.
- Communicatie verloopt intern momenteel veelal via internet
- Nichenetwerk en dus specifieke focus op doelgroep social media

Zwaktes

- Je moet als bedrijf altijd op meerdere netwerken aanwezig zijn omdat niet alle personen op 1 netwerk aanwezig zijn.
- Nog niet genoeg mogelijkheden op Social Communities om makkelijk met Affiliatemarketing te werken.(b.v. datafeeds op Hyves e.d.
- Kennis Social Media binnen het bedrijf.
- Tijd
- Weinig personeel intern

Kansen

- Meer tijd besteden aan Social Media intern
- Webmasters mogelijkheden laten zien
- Veel meer via Social Communities volgen, reageren en aanbevelen
- Webmasters e.d. om verbeteringen vragen(zodat er steeds meer voorruitgang geboekt kan worden)

Bedreigingen

- Door te weinig kennis niet de doelgroep kunnen bereiken
- Wanneer meer webmasters actief worden is het lastig om je te onderscheiden binnen sociale netwerken
- Goed nadenken over de boodschap, consumenten zitten niet op sales te wachten maar op aanbieding naar hun wensen.

Social media inzetten voor affiliatemarketing heeft veel sterke punten. Doordat social media steeds meer gebruikt wordt en mensen hun eigen gegeven op een profiel invullen kan de doelgroep specifiek gekozen worden, dus vooral de zwangere, maar ook de jonge gezinnen.

Vooral de zwaktes met tijd en weinig personeel wegen erg zwaar mee. Een communitie groeit nooit uit zichzelf, daar moet tijd ingestoken worden om ook andere gebruikers actief te maken.[89] Hier moet dus goed over nagedacht worden hoe dit invulling gaat krijgen en op welke basis.

Er zijn wat kansen betreft dan ook nog veel mogelijkheden die toegepast kunnen worden. Zo kan er gedacht worden aan het actieveren van webmasters door wat voorbeelden te geven hoe zij social media in kunnen zetten om meer sales te behalen, of het vragen naar de

[89] Boek: Handboek Online Marketing- Patrick Petersen

mening van webmasters en of zij nog ideeën hebben. Maar ook het volgen van de naam binnen social communities zodat hierop geanticipeerd kan worden en de klanten zo goed mogelijk geholpen kunnen worden.

De dreigingen zijn vooral de kennis die er momenteel van social media aanwezig is. Er zijn namelijk nog niet hele concrete onderzoeken die precies vertellen hoe je het beste social media in kan gaan zetten als affiliatebedrijf zelf, en bovendien ook niet hoe de doelgroep hierop reageert. Maar zodra hier meer kennis over is en webmasters dit allemaal massaal door gaan voeren op social media, dan bestaat de kans dat er een overload komt en ze zich weer moeilijk kunnen gaan onderscheiden omdat er al zoveel op social media gedaan wordt. Ook moet er goed nagedacht worden over welke boodschap er gecommuniceerd gaat worden. Consumenten willen niet allerlei salesverhalen binnen krijgen op hun social media, vandaar dat de boodschap moet inspelen op hun vraag, of op hun wensen.

6.0 Interviews

Inleiding: korte omschrijving van de personen en wat zij in het dagelijks leven doen:

1. Roald Schaap: 30 jaar, chaotisch en creatief.
Schrijft liedjes, probeert liedjes aan de man te brengen, en daarnaast 'echt' geld te verdienen door zijn bedrijfje Kitemedia.
In het dagelijks leven actief als grafisch vormgever en bezig met het ontwikkelen van verschillende media concepten. Gebruikt social media om in contact te blijven met zijn netwerk en vrienden. Verder gebruikt hij social media om de muziek die hij maak bekendheid te geven en remarkable te blijven. Hij gebruikt social media vaak; 10 keer per dag gemiddeld.
2. Jannetta Dorsman: 43 jaar, wonende in Zeist, expertise in Verkoop, Marketing, Automatisering en Procesoptimalisatie. Werkzaam bijWoningadviseurs. De toepassing van Nieuwe Media en het concept Makelaar 2.0 nemen een belangrijke plek in bij Jannetta Dorsman. Interactieve websites, Google zoekmachine optimalisatie, Google Adwords, Email-marketing Online, Weblogs en Sociale netwerken (o.a. Hyves, LinkedIn, Twitter) spelen hierbij een belangrijke rol en besteed dus ook veel tijd aan social media.
3. Marion Middendorp: 42 jaar en moeder van 2 kinderen (4 en 6 jaar), waarvan één pleegkindje. In het dagelijkse leven ben ik eigenaar van Insert. Insert is een internetuitgeverij die onder andere verantwoordelijk is voor het grote online platform www.peuteren.nl maar bijvoorbeeld ook voor www.kinderliedjes.info. Daarnaast studeer ik voor Stresscounsellor en zorg ik voor de kinderen. Mijn werktijd pas ik hierop aan. Gelukkig kan ik hier flexibel mee omspringen. Je kunt echter begrijpen dat met dit takenpakket er maar weinig tijd overblijft voor de huishoudelijke taken. Gelukkig neemt mijn partner een groot deel hiervan voor zijn rekening. Ik maak vaak gebruik van social media en doe dit iedere dag. Niet alleen voor mijn werk maak ik hiervan gebruik, ook privé Blog, LinkedIn, Twitter en Hyves ik er op los. Marion is een webmaster van Affiliate4ou.
4. Patrick Petersen: 38 jaar, Online Marketeer, operationeel consultant, trainer-spreker, schrijver-auteur van het boek: Handboek Online Marketin, blogger-videojournalist (Marketingfacts, Dutchcowboys, Marketinginnovatie) en eigenaar van AtMost, AtMost.TV & Educator. Ik gebruik social media 2 uur per dag , verspreid door de dag en real time.

6. 1 Vragen:

1. Zou jij gebruik maken van shopomgevingen binnen je social media?

Roald: Ja, juist binnen social media wil je zo'n kort mogelijk lijn tussen je klant en je product hebben.
Jannette: Ja, ik denk dat het leuk is om met vrienden, kennissen en andere bekenden zoveel mogelijk te delen. Als ik kijk binnen de huizenmarkt dan is het ook leuk om deze groep mee te laten denken en kijken naar huizen die je op het oog hebt e.d. Maar dit zou je dus ook in andere branches kunnen doen.
Marion: Op de Hyvespagina maak ik verder geen gebruik van dit soort mogelijkheden, zoals het plaatsen van affliates op de pagina. Terwijl onze Hyvespagina's toch vaak bezocht worden. Misschien iets voor de toekomst. Aan de andere kant ben ik van mening dat bezoekers al zo worden overladen met commerciële uitingen, dat nóg meer alleen nog averechts kan werken.
Patrick: Als het relevant is wel.

2. Maakt het bedrijf waar je werkt gebruik van Social Media; zoja welke?

Roald: Ja, voor persoonlijke doeleinden, niet om klanten te bereiken: facebook, hyves, twitter.
Jannette: Ja, wij Twitteren alles door op het gebied van de huizenmarkt. Dit kunnen zowel leuke filmpjes zijn als nieuws op het gebied van de huizenmarkt. Hier wordt goed op gereageerd.
Marion: Ja zeker. De site www.peuteren.nl maakt gebruik van Facebook, Twitter, Youtube, Weblog en natuurlijk Hyves. Het weblog wordt dagelijks gevuld met nieuwe items en deze items worden vervolgens weer getwitterd en gehyved. Maar op Twitter en Hyves wordt ook meer persoonlijke informatie gegeven.
Patrick: Ja, als Online Marketeer is dit onmisbaar en dus worden er ook meerdere kanalen ingezet.

3. Hoe zie je de toekomst van Social Media voor je?(zowel privé als voor bedrijven)

Roald: Ik zie dat social media werkt via mond-tot-mond principes. Dat werkt voor privé erg goed, voor bedrijven is dat lastiger, zodra je een merk koppelt aan je social media ben je al geen persoon meer.
Als bedrijf zul je je branding los moeten koppelen van je mensen, zodat je mensen voor je merk een objectievere vorm van levende reclame borden worden.
Janette: Bedrijven zullen veel meer zelf actie moeten ondernemen. Er wordt namelijk veel gepraat over je bedrijf en dat zul je als bedrijf gewoon goed moeten monitoren, ook om gewoon een stukje service naar je klanten toe te leveren. Hier hebben nog maar weinig bedrijven verstand van.
Marion: Privé is Social Media gewoon leuk. Vrienden en zeker góede vrienden, spreek je toch wel regelmatig, maar wat vagere kennissen toch minder. Met – bijvoorbeeld - Hyves is het toch laagdrempeliger wat van je te laten horen of gewoon passief van elkaars wel en wee op de hoogte te blijven. Voor bedrijven is Social Media inmiddels een belangrijk communicatiemiddel geworden. Je kunt er op een laagdrempelige manier met je doelgroep communiceren. Helaas wordt het nog te vaak gebruikt als informatieverspreiding, in plaats de dialoog aan te gaan.
Patrick: Wordt groter, shake out van platforms en sociale netwerken. Bedrijven krijgen een shake out in de businesses die hun bedrijfscultuur wel/ niet kunnen omgooien op korte termijn. Social media is voorlopig vooral voor kleinere bedrijven rendabel.

4. Kunnen bedrijven sales behalen uit social media? Zoja, op welke manieren, zonee, waarom denk je van niet?

Roald: Ja, door virals, door leuke interessante opvallende berichtgevingen waar de doelgroep mee aan de haal gaat. Social media zorgt voor verspreiding, niet voor sales, maar hoe meer mensen er in contact komen met het product des te meer sales er KAN volgen.
Janette: Ja, ik denk zodra je goed weet waar je doelgroep zich bevind en je op een leuke manier de informatie of boodschap die je wilt communiceren over kunt brengen dat dit tot sales kan leiden. Denk bijvoorbeeld aan een interactiemogelijkheid of grappig filmpje waardoor er ook gelijk weer naamsbekendheid kan ontstaan.
Marion: Als je wilt kun je overal sales uit halen, dus ook met Social Media. Als je op de juiste manier gebruikt maakt van deze manier van communiceren, kan dat zeker een positieve uitwerking hebben op je omzet. Je vergroot immers je netwerk. Je moet alleen wel de juiste toon zien te pakken. Iemand die dit heel goed aanvoelt is bijvoorbeeld Slijterijmeisje. Zij weet feilloos gebruik te maken van Social Media en plukt hier ook daadwerkelijk de vruchten van.
Patrick: Door relaties aan te gaan, een crowd te binden en relevante diensten aan te bieden.

5. Welke social media denk je dat het beste ingezet kunnen worden om consumenten tot aankopen over te laten gaan?

Roald: Ik zie zelf in Facebook heel veel groeimogelijkheden voor bedrijven. Omdat het een omgeving is die schoon is van reclame en waarbij je met een leuke campagne heel dicht bij de mensen kan komen.
Jannette: Dit is heel afhankelijk van je doelgroep. Of je nou kinderen wilt bereiken of senioren. Maar wij Nederlanders houden altijd van leuke acties dus hiervoor zou je Twitter of een ander sociaal netwerk als Hyves of Facebook voor in kunnen zetten.
Marion: Ieder product, ieder bedrijf vraagt om een eigen aanpak. Het belangrijkste is, geloven in hetgeen je doet en wéten waar je mee bezig bent. Het heeft totaal geen zin om bijvoorbeeld te Twitteren wanneer je totaal het belang niet ziet – en daardoor ook geen idee hebt waar je mee bezig bent. Op de juiste wijze gebruik maken van Social Media is een vak en dat moet je als bedrijf niet overlaten aan de eerste de beste medewerker die weet hoe een computer aan en uit moet. Bij foutief gebruik kan Social Media zich ook net zo makkelijk tegen je keren.
Patrick: Relevante middelen voor de crowd. Dat is voor elke markt en crowdcombinatie verschillend. Fast moving → Hyves, Events → LinkedIn.

6. Zouden webshops meer gebruik moeten maken van social media zodat je acties kan volgen? Denk je dat daar vraag naar is? Zou je daar zelf gebruik van maken?

Roald: Ja, aanbiedingen volgen via twitter is een mogelijkheid, maar werkt niet op lange termijn. Een andere manier is om met een leuk geintje persoonlijk contact te maken met de klant. Voorbeeld: Een slagerij twittert dat het code woord 'skippybal' is en als je dat in een leuke zin noemt in je bestelling krijg je korting.
Het menselijke aspect geeft de consument nu het gevoel dat hij een deel is van een community. Dit zal op lange termijn vervagen en er zullen dan weer nieuwe manieren gevonden moeten worden om iemand aan je winkeltje te binden.
Jannette: Aanbiedingen op bijvoorbeeld Twitter zijn alleen leuk als je echt specifiek naar iets opzoek bent. Voor de rest is het gewoon spam en doe je er toch niets mee. Mensen gaan ook niet zomaar automatisch iemand volgen omdat die alleen maar acties Twittert, het moet echt een toegevoegde waarde hebben en niet alleen actiematig. Ik zou het fijn vinden als je gewoon groepen in kan stellen zodat je je aanbiedingen gewoon op maat binnen krijgt.
Marion: Natuurlijk kan dit een bijdrage leveren voor de webshops maar… als je echt actieve followers wilt hebben, is het niet een kwestie van alleen 'zenden'. Bij Social Media is juist het zenden én ontvangen van belang. Met alleen aanbiedingen de lucht in schieten, is niet het idee. Het gebruik maken van Social Media lijkt laagdrempelig – en dat is het ook – maar net als iedere vorm van communicatie, vergt het voor bedrijven een goed doordacht concept en is het niet iets wat je van de een op de andere dag opstart.
Patrick: Voor interactie en reviews is het handig maar niet altijd relevant.

7. Is er nog iets dat je momenteel mist van bedrijven binnen social media?

Roald: Wat ik mis is moed. Veel bedrijven zijn er nog een beetje bang voor lijkt wel, ze doen er nog zo weinig mee, het lijkt alsof ze nieuwsgierigheid missen om creatieve dingen te willen testen.
Jannette: Veel bedrijven weten nog niet hoe ze social media moeten gebruiken en hebben geen idee hoe hun doelgroep daarop aanwezig is en dus weten ze ook niet hoe ze daarop in moeten spelen. Bedrijven moeten dus gewoon maar dingen uitproberen en gewoon ook naar de meningen vragen van hun doelgroep. Alleen op die manier kan je effectief te werk gaan.
Marion: Op dit moment mis ik bij veel bedrijven het juiste gebruik van Social Media en wordt het nog te veel gebruikt informatie de lucht in te gooien, in plaats van de dialoog aan te gaan. Bij Social Media is het 'dodelijk' niet te reageren op de reacties van je followers. Wanneer je op die manier omgaat met Social Media, heb je de kracht van deze manier van communicatie níet

begrepen. De kracht van Social Media is namelijk het directe contact met je klanten. Horen wat er bij je doelgroep leeft, wéten wat ze willen, horen wat niet goed gaat en daar snel op kunnen reageren/inspelen. Ik zal een voorbeeld geven. Peuteren.nl heeft een partnership met Bol.com. Helaas hadden ze bij Bol.com op een dag een storing waardoor de links op mijn site niet meer werkte. Ik Twitterde dit rond aan mijn followers en binnen een minuut had ik een reactie van een medewerker Bol.com die mij in zijn Twitter uitlegde wat er aan de hand was. Dát is de kracht van Social Media
Patrick: Een professionele plaats binnen de organisatie, proactieve communicatie in de SM, een uitgesproken social media beleid.

8. Welke social media zou er voor consumenten het beste ingezet kunnen worden? (Hyves, Twitter, Facebook, LinkedIn, Blogs, Youtube, Vergelijkingssites)
Roald: Facebook, Twitter, Youtube, Vergelijkingssites, Blogs (evt Hyves)
Jannette: Afhankelijk van je doelgroep, maar in het algemeen bijna allemaal, behalve LinkedIn.
Marion: Eigenlijk heb ik deze vraag bij vraag 5 al beantwoord. Al deze onderdelen kunnen deel uitmaken van een goed communicatieplan van bedrijven. Er is geen 'beste', bedrijven moeten een of meerdere mogelijkheden onderzoeken en voor diegene kiezen die het beste bij hen past. Dat heeft niet alleen te maken met het product, maar ook met de bedrijfsfilosofie, de sfeer, wat wil je de mensen laten weten, doelgroep, knowhow binnen het bedrijf, et cetera. Alleen als je er zelf in gelooft, kun je geloofwaardig overkomen.
Patrick: Sterk product afhankelijk. Eerst kijken waar je crowd zitten, dan het middel erbij zoeken.

***9. Welke social media zou er voor fabrikanten het beste ingezet kunnen worden?* (H, T, F, L, B, Y, V)**
Roald: Facebook, Twitter
Jannette: Wat wil je bereiken als fabrikant? Naamsbekendheid, wil je de producten zelf verkopen? Dan dat je sowieso goed bezig bent als fabrikant als je een blog hebt, maar ook een Twitteraccount en aanwezig zijn op sociale netwerken is geen overbodige luxe om contact te kunnen leggen.
Marion: Zie vraag 8.
Patrick: Voorlopig nog geen.

***10. Welke social media zou er voor webshops het beste ingezet kunnen worden?* (H, T, F, L, B, Y, V)**
Roald: Facebook, Twitter
Jannette: Twitter, Hyves, Facebook.
Marion: Zie vraag 8
Patrick: Wat relevant is voor jouw crowd. Vergelijkingsssites sowieso.

11. *Welke social media zou er voor webmasters(beheerders van websites die dus* affiliatecontent plaatsen) het beste ingezet kunnen worden? (H, T, F, L, B, Y, V)
Roald: Blogs, facebook, twitter, hyves, vergelijkingssites
Jannette: Twitter, Facebook, Hyves, Blogs en vergelijkingssites.
Marion: Zie vraag 8
Patrick: Bij affilliate je dekking zo breed modelijk krijgen. Ook daar is de relevante de issue. Welk product, welke crowd, welke doelen.

12. Als laatste vraag wil ik graag weten wat je van deze tabel vind. Staan hier voor jou nog opvallende dingen tussen?

	Hyves	Twitter	Facebook	Linkedin	Blogs	Youtube	Vergelijkingssites
Consumenten	++	+	+	+-	+	+	++
Webshops	-	++	-	+-	+	++	+
Fabrikanten	+-	+	-	+	+-	++	--
Webmasters	+	+	+-	+-	++	+	++

Roald:Ik zie een trend waarbij Hyves langzaam mensen verliest aan Facebook, vooral voor de consument moet je dat goed in de gaten blijven houden. Om op Hyves te richten is voornamelijk een doelgroep kwestie: jonger publiek t/m 20 jaar. En 40 jaar en ouder.
Facebook was eerst een internationaal ontmoetingsplek voor reizigers (vanuit oogpunt van de Nederlanders). Het afgelopen jaar is vooral de 20+ groep erg actief geworden daar en nu volgen ook de 40+ers. Wat me opvalt is dat Facebook in je verhaal er op alle punten het minste uitkomt. Dat staat lijnrecht tegenover de mogelijkheden die ik zie. Facebook is nog redelijk schoon van reclame, maar de mogelijkheden zijn ontelbaar.
Ik denk dat bij Facebook vooral gedacht moet worden aan t bouwen van een persoonlijk netwerk rondom personen (niet via de fansites zoals ze die nu hebben). Binnen dat netwerk op Facebook kun je heel direct mensen bereiken door nieuwswaarde te creëren en remarkable te zijn. Daartussen door kun je rechtstreeks producten aanprijzen vanaf je eigen website.
De komst van de externe 'i like' button maakt het mogelijk om van buiten het Facebook netwerk mensen binnen Facebook te bereiken.
Jannette: Ik denk dat vergelijkingssites inderdaad voor consumenten, webshops en webmasters goed toe te passen zijn. Als ik naar mijzelf als consument kijk dan maak ik hier ook veel gebruik van. Voor de rest begreep ik de plusjes bij Youtube niet direct, maar na uitleg dat dit kan zijn door filmpjes die als content voor een site gebruikt kunnen worden zie ik daar ook wel wat in. Binnen de huizenmarkt zou het namelijk ook veel prettiger zijn om beeldmateriaal te kunnen vertonen van nieuwe huizen e.d., want alleen foto's zeggen vaak niet zoveel. Maar denk als je zeker over duurdere producten/goederen e.d. nadenken om te kopen dan wil je zoiets liever fysiek zien dan alleen op een filmpje. Denk zelf ook dat blogs wel goed zijn. Zonder dat je vaak het door hebt staat hier vaak ook veel reclame op en dat is alleen maar goed zodat daar niet de nadruk op ligt.
Marion: Wat mij als eerste opvalt is een minteken bij de Consument onder LinkedIn. Vreemd… Ook voor consumenten is het belangrijk je netwerk zo groot mogelijk te maken. Denk hierbij vooral aan het vergroten van je kansen op de arbeidsmarkt. Ook hier geldt: Het gaat er niet om wát je kent, maar wíe je kent. LinkedIn kan hierbij een belangrijke rol spelen. Is het zo dat consumenten hoofdzakelijk op Hyves te vinden zijn en vergelijkingssites? Ik heb het gevoel dat Hyves inmiddels een beetje aan het afnemen is en dat er wat meer getwitterd wordt. Volgens mij zit er wel beweging in deze resultaten. Bij Social Media is het niet een kwestie van alleen maar zenden. De kracht zit 'm in het zenden en ontvangen. Het makkelijke lijstje aan de zijkant van een webpagina met Twitterbericht, kan ook worden bereikt zonder Twitter. Dit zie ik dus niet als een toegevoegde waarde. De kracht van Social Media zit in heel andere dingen. Dat fabrikanten het best op Youtube aanwezig zijn vind ik onzin. Youtube kan een onderdeel vormen van het geheel, maar dat geldt voor alle communicatiemiddelen. Voor fabrikanten kan het echter nog veel belangrijker zijn te gaan Twitteren en te horen van hun doelgroep wat er mogelijk mis is met hun producten zodat ze tijdig kunnen bijsturen! Wéten wat je doelgroep van je verlangt, is

het allerhoogste goed.
Patrick: Het is belangrijk dat je weet waar je crowd aanwezig is en bovendien moet je als bedrijf een goed social media beleid hebben voordat je hierin stapt.

6.2 Analyse Koterkado.

Koterkado heeft tijdens de NegenMaandenBeurs de Baby en Kids Webshopaward de 2e prijs gewonnen mede doordat zij zo actief zijn binnen Social Media. Koterkado heeft veel Hyvesleden en followers en vandaar dat er onderzoek gedaan is wat zijn precies op de sociale netwerken doen. Deze analyse wordt meegenomen om ook extra te kijken naast de interviews(door consumenten en webmaster) hoe een specifieke webshop als Koterkado zich inzet op social mediagebied.

Hyves
Koterkado heeft een groepshyves met rond de 7000 leden. Elke maand hebben ze een kortingsactie speciaal voor Hyvesleden. Deze kortingscode worden elke keer bekend gemaakt via privéberichten in een nieuwsbrief binnen Hyves, maar zetten deze actiecodes ook in de berichtenbox op de Hyvespagina zelf. Juist doordat ze zoveel leden op Hyves hebben bereiken ze hier ook veel moeders en andere leden van Koterkado mee. Mensen kunnen hier reageren op berichten, krabbels plaatsen, polls invullen en producten die Koterkado verkoopt via foto's bekijken. Gezien het aantal keer dat foto's bekeken worden en het aantal berichten dat er geplaatst wordt is af te leiden dat de leden erg actief zijn op de Hyves. Ook loopt er momenteel een fotowedstrijd waar de leden ook erg actief op reageren en reacties plaatsen bij andere foto's van leden. De leden kunnen hierbij foto's opsturen naar Koterkado die de leukste foto's uitzoekt waar kinderen met producten van Koterkado op staan. Uit deze geselecteerde kunnen de leden zelf een favoriete kiezen en maken zo kans op cadeaubonnen van Koterkado.

De krabbels die geplaatst worden zijn vooral krabbels van consumenten die vragen hebben over bepaalde producten waarin Annuska(de beheerder van de Hyves en werkzaam bij Koterkado) in een krabbel terug antwoord geeft op degene die de vraag gesteld heeft. Zo proberen zij dus ook Hyves voor vragen te gebruiken.

Twitter.
Koterkado is ook goed actief op Twitter met rond de 600 followers. Op Twitter plaatst Koterkado vooral leuke acties en laat ook feitjes weten van bestellingen die gedaan zijn; "Grappig! Ben de bestellingen aan het inpakken. Precies 100 paar Lukkies slofjes veranderen vandaag van eigenaar! #mooi rond getal", als wanneer een actie goed loopt:"Wow, wat een respons door enkele uitingen van Koter Kado, nog nooit zoveel bestellingen (meetbaar) uit een advertentie gehad!"

Ook reageren zij op andere followers op Twitter. Dit kunnen andere shops zijn die zij complimentjes geven, maar ook vragen van klanten. Ook op Twitter zijn zij dus goed bezig om de klanten goed actief te houden maar ook op een leuke manier informatie met ze te delen.

7.0 Conclusie: “ Hoe kan affiliatemarketing toegepast worden op social media?”

Allereerst moet er een splitsing gemaakt worden tussen de tweedeling binnen het bedrijf, namelijk Affiliate4you als affiliatenetwerk en als webmaster.

Vanuit het oogpunt van Affiliate4you als bedrijf is social media goed in te zetten om acties door te geven en te communiceren met webmasters. Uit mijn onderzoek is ook gebleken dat andere affiliatenetwerken dit ook doen en dus ook zeker belangrijk om dit net als de concurrentie te blijven inzetten.

Affiliate4you kan hier niet zelf direct sales uit behalen omdat zij alleen op deze manier webmasters e.d. moeten aansporen om promotiemateriaal e.d. te plaatsen, maar indirect kunnen hier natuurlijk wel sales uit behaald worden als de inzet van social media ervoor zorgt dat webmasters meer gaan plaatsen. Hier kan het beste Twitter ingezet worden, een extra kanaal om de webmasters snel op de hoogte te brengen van een of meerdere acties, iets wat bij een nieuwsbrief niet gebeurd omdat deze 2 keer per week verstuurd wordt en de acties dus niet direct gecommuniceerd worden wanneer deze binnen komen. Buiten het feit dat e-mail(marketing) een belangrijk onderdeel is en zal blijven binnen de communicatie voor affiliatemarketing, is het altijd verstandig om meerdere communicatiekanalen te gebruiken omdat de doelgroep op verschillende platformen aanwezig is en het ene het kanaal het andere kan versterken. Dit geld zowel voor Affiliate4you als bedrijf, maar ook voor Affiliate4you als webmaster.

Vanuit het oogpunt van Affiliate4you als webmaster zijn er meerdere punten die verbeterd moeten worden. Er is veel mogelijk om de consumenten op social media gebied actiever te maken, iets wat momenteel nog niet veel gebeurd en waarvan de mogelijkheden nog niet genoeg gebruikt worden zoals in de conclusies voor de consumenten beschreven is en wat nog in de aanbevelingen in het volgende hoofdstuk aan de orde zal komen.

Dat Affiliate4you al een nichenetwerk is, werkt zeker in het voordeel omdat consumenten alleen reclame willen die voor hun interessant is en je hierdoor ook een selectere doelgroep binnen social media kan selecteren.

Bovendien is het verstandig om social media te laten integreren met websites. Zo kunnen bijvoorbeeld de acties die via Twitter gepost worden automatisch in een blok binnen een website geplaatst worden en kan er social shopping plaatsvinden met de ‘like’ functie op Facebook. Door deze manieren zullen communicatiekanalen elkaar versterken.

Affiliatemarketing en social media hebben dus veel voordelen (zeker voor een internetbedrijf!) en afhankelijk van de doelgroep die bereikt moet worden en waar die doelgroep aanwezig is zal er gekeken moeten worden hoe social media het beste ingezet kan worden. Duidelijk is dat je als bedrijf een vooropgesteld social media plan moet hebben. In het geval van Affiliate4you moeten zij zeker social media gaan gebruiken.

Binnen social media kunnen het beste tekstlinks in combinatie met tekst, foto’s en filmpjes gebruikt worden om affiliatemarketing het beste tot zijn recht te laten komen voor meer sales.

De beste kanalen om te communiceren met webmasters en consumenten zijn:

- Twitter
  - Acties naar zowel webmasters/consumenten d.m.v tekstlinks, DM en reply.
- Hyves en Facebook
  - Combinatie omdat toekomst nog niet duidelijk is. Hier vooral leden op actief maken en op een speelse manier omgaan met tekstlinks, nieuwsbrieven, foto's e.d.
- Vergelijkingssite
  - Een van de eerste in de niche die dit toe gaan passen, dus meer sales

7.1 Aanbevelingen

Naar aanleiding van het onderzoek dat ik in hoofdstuk 4 heb gedaan op social media platformen en interviews(zie 6.0)die ik afgenomen heb om mijn resultaten te toetsen ben ik toegekomen aan mijn aanbevelingen die de conclusie versterken:

	Hyves	Twitter	Facebook	LinkedIn	Blogs	Youtube	Vergelijkingssites
Consumenten	++	+	+	+-	+	+	++
Webshops	-	++	-	+-	+	++	+
Fabrikanten	+-	+	-	+	+-	++	--
Webmasters	+	+	+-	+-	++	+	++

Uit mijn onderzoek kwam naar boven dat vergelijkingssites onder consumenten en webmasters goed in te zetten zijn. Voor webmasters zijn dit belangrijke platformen omdat dit veel consumenten trekt wanneer deze over een koop nadenken, en consumenten graag willen vergelijken. Affiliate4you is al bezig met het opzetten van een vergelijkingsmogelijkheid op Babyplaats wat dus meer sales op zal gaan leveren omdat zij echt een van de eerste zijn die zich binnen deze niche richten op vergelijkingen.

Qua sociale netwerken kwam er uit de interviews dat de experts veel toekomst zien in Facebook en het dus ook meer dan logisch vinden om dit in te gaan zetten. De mogelijkheden zoals de 'like' button en deze integreren binnen een webshop om social shopping mogelijk te maken wordt dan ook een aantal keer genoemd. Deze applicatie is dan ook goed om mee te nemen en te integreren binnen websites. Hyves werd niet vaak genoemd om in te zetten, omdat de groep boven de 20 zich aan het verplaatsen is naar Facebook en Hyves zich alleen maar aan het verjongen is. Ik denk dat daar een kern van waarheid in zit, maar momenteel heeft Hyves 10 miljoen leden en dat weegt nog niet op tegen het ledenaantal van Facebook, waardoor ik aan zou raden om op beide netwerken aanwezig te blijven zodat je je niet op een van de netwerken focust en achteraf blijkt dat het andere netwerk toch beter ingezet had kunnen worden. Hier moet dus wel in de gaten gehouden worden wat de ontwikkelingen zijn tussen deze netwerken om hier wellicht uiteindelijk toch een keuze te maken. Hoe dit ingezet kan worden wordt beschreven in hoofdstuk 4.1. Bovendien bestaan er al een aantal Hyvesgroepen voor zwangere vrouwen die druk bezocht worden(zoals de geanalyseerde Koterkado) waardoor de kansen op Hyves echt niet vergeten mogen worden en Affiliate4you zich volledig zou moeten focussen op Facebook.

Ook wordt Twitter in de interviews vaak genoemd als kanaal om acties te promoten (richting consumenten). Deze moeten dan wel goed aansluiten bij de doelgroep en moet het een toegevoegde waarde hebben je als follower aan te melden. Om hier meer followers te krijgen moet er een Twitteronly actie gehouden worden, zodat het als consument een meerwaarde heeft om Affiliate4you/Babyplaats te volgen. Ook kunnen de Tweets toegevoegd worden aan een website doormiddel van een applicatie. Dit is een handige optie zodat de Tweets ook direct op de website zichtbaar zijn.

Tevens is het goed om een blog te gebruiken zonder daar de nadruk te leggen op sales. Consumenten lezen deze graag als het hun interesse wekt en de kunst is daarbij om zoveel mogelijk een actief blog te creëren en niet alleen productaanprijzingen te plaatsen, maar ook leuke verhaaltjes van zwangere vrouwen e.d. Nadeel hiervan is dat dit zeer tijdrovend is. Uit de SWOT-analyse kwam dit punt ook al naar voren, namelijk dat hier wellicht te weinig man voor in dienst zijn om dit actief aan te pakken en uit het onderzoek blijkt ook dat je beter actief aanwezig kan zijn dan dat je hier maar half iets mee doet.

LinkedIn kwam bij mij als slechtste uit de bus omdat hier geen sales te behalen zijn. Ik gaf hier wel aan dat LinkedIn goed is om aanwezig te zijn, iets wat ook in de interviews ook naar voren kwam. Het is namelijk goed om je als consument op Twitter te begeven om je kansen te vergroten op de arbeidsmarkt. Ook bleek dat LinkedIn echt als zakelijk communicatiekanaal gezien moet worden voor het uitwisselen van informatie tussen bedrijfsrelaties in plaats van een saleskanaal. Daarom moet Affiliate4you hier wel aanwezig zijn en kijken wat er gaande is binnen het netwerk, maar wat betreft salesoverwegingen hier niet al teveel tijd aan moet besteden.

Youtube is handig wanneer fabrikanten en webshops hier filmpjes van hun producten op plaatsen zodat deze overgenomen kunnen worden door webmasters en deze uiteindelijk terecht komen bij de consumenten. De filmpjes geven namelijk een meerwaarde aan een product. Affiliate4you is hiervoor afhankelijk van fabrikanten en webshops en zou deze partijen dus aan kunnen spreken om toe te voegen, maar uiteindelijk ligt de beslissende factor toch bij deze bedrijven zelf en moet Affiliate4you het dus doen met de materialen die momenteel beschikbaar zijn en hier dan ook gebruik van maken op sites of andere social media platformen om sales te behalen.

Tot slot is het aan te raden om nieuws met betrekking tot social media in de gaten te houden omdat het nog een deel op internet is wat volop in ontwikkeling zit en er dus nog van alles mogelijk is voor de toekomst, zeker omdat het nog een gebied is waar bedrijven niet precies weten hoe ze het in moeten zetten en ze vaak nog geen goed social media plan hebben liggen terwijl dit wel een must is om te hebben.

8.0 Dankwoord.

Bij deze wil ik mijn collega's bij Affiliate4you bedanken voor de werksfeer tijdens mijn 5 maanden durende stage en in het bijzonder mijn stagebegeleidster Marion Buur die mij heeft ondersteund tijdens het schrijven van mijn scriptie.

Ook wil ik mijn begeleider Kjell van de Giessen bedanken voor zijn medewerking van het lezen van mijn rapport.

Ook wil ik mijn vriend Roeland bedanken en tevens mijn verontschuldigingen aanbieden dat ik mij af en toe moest opsluiten in mijn kamer omdat ik aan mijn scriptie wilde werken. Ook heeft hij mijn scriptie op taalfouten en zinsopbouw doorgelezen waar ik hem ook dankbaar voor ben.

Dan wil ik ook nog vrienden, kennissen e.d. bedanken voor hun interesse in mijn scriptie. Aangezien ik het een leuk onderwerp vond om over te schrijven heb ik jullie hier altijd met veel plezier over kunnen vertellen. In het speciaal wil ik hier mijn ouders voor bedanken, ook al wisten zij niet precies wat affiliatemarketing en social media nou precies inhield.

Tevens wil ik ook nog de mensen die vrijwillig aan mijn interview medewerking verleend hebben bedanken. Vond het erg boeiend om ook eens de visie van andere experts op mijn verhaal te horen.

BIJLAGE

In deze bijlage die hoort bij mijn scriptie worden nog wat extra bronnen vermeldt die niet allemaal in mijn scriptie naar voren zijn gekomen maar wel hebben bijgedragen aan mijn vormgeving en beeld over social media.

Ook zit er in deze bijlage een overzicht met begrippen die in de scriptie voorkomen die wellicht onduidelijkheid op kunnen leveren.

1.0 Woordenlijst

- Affiliatemarketing: manier van online marketing waarbij de webwinkel (adverteerder of merchant) de affiliate (uitgever/webmaster) betaalt voor elke bezoeker, lead of sale die hij genereert via zijn/haar website(s), nieuwsbrieven of zoekmachine campagne.
- Blogs: Een (deel van een) website waarop regelmatig – soms meermalen per dag – nieuwe bijdragen verschijnen en waarop de geboden informatie in omgekeerd chronologische volgorde (het nieuwste bericht verschijnt als eerst) wordt weergegeven.
- Datafeeds: Een datafeed is een automatisch gegenereerde lijst met de producten die in de betreffende webshop te koop zijn.
- Embedden: Filmpjes overnemen dmv een link op Youtube zodat deze op een site als Hyves of in html sites e.d. geplaatst kan worden.
- Facebook: Een online sociale netwerksite waar wereldwijd gebruik van wordt gemaakt.
- Gadgets/widgets/applicatie: Kleine programmaatjes met een bepaalde functie die je op een website(bv Hyves of weblog) kan plaatsen. Dit kan een diashow zijn, maar ook een filmpje, spelletje of iets dergelijks.
- Groepshyves(publieke Hyves): Een van de soorten profielen die je op Hyves kan aanmaken. Hier kan elk Hyveslid lid van worden en zelf content(krabbel, berichten, video's e.d. toevoegen)
- Hyvers: Gebruikers van Hyves
- Hyves: Een sociaal netwerk van mensen voornamelijk uit Nederland. Met Hyves kun je in contact blijven met vrienden en kennissen, die je zowel in het dagelijks leven of online bent tegengekomen.
- Krabbels: Zo worden de tekstberichtjes via het netwerk Hyves genoemd die personen op elkaars profiel posten.
- Polls: Een onderzoekje naar de mening van bijvoorbeeld de bezoekers van een homepage. Vaak is dit maar 1 vraag en heeft meerkeuze mogelijkheden.
- Profiel: Account op sociaal netwerk waar (persoonlijke) informatie op staat van de gebruiker.
- Promotiematerialen: Materialen zoals datafeeds, banners en tekstlinks die webmasters kunne plaatsen om sales te behalen voor adverteerders.
- Retweeten: Berichtje dat direct gekopieerd wordt van een ander Twitteraccount . Dit zit er als volgt uit; Affiliate4you twittert*: Leuke acties bij Bulbby!* Als er ingelogd wordt op het account van Babyplaats staat dit berichtje er ook en kan dit geretweet worden. Dit ziet er dan als volgt uit: *RT@Affiliate4you Leuke acties bij Bulbby*. Zo ziet de gebruiker dus dat het berichtje afkomstig is van Affiliate4you en het geretweet(RT) is.
- RSS feeds: Een XML-bestand dat met een browser of programma uitgelezen kan worden en dat de gebruiker automatisch op de hoogte stelt van het nieuws van een website.
- Social communitie: Ook wel een virtuele gemeenschap, internetgemeenschap of online gemeenschap genoemd. Dit is een groep mensen die communiceren en/of samenwerken, met behulp van vooral het internet of een andere informatietechnologie, in plaats van elkaar in levenden lijve te ontmoeten.
- Twitter: Een internetdienst waarbij gebruikers korte berichtjes publiceren.
- Tweets: Zo worden de berichtjes van 140 tekens genoemd die de gebruiker post.
- Updates: Berichtjes bij Facebook die hetzelfde zijn via de www functie in Hyves en ook gekoppeld kunnen worden aan Twitter.

- User generated content: inhoudelijke bijdrage van een professionele of niet-professionele gebruiker aan een online medium. De gebruiker zorgt hier zelf voor tekst/plaatjes e.d.
- Webcare: Via internet consumenten helpen met hun vraag.
- WWW(wie wat waar): Optie binnen Hyves waar gebruikers hun vrienden op de hoogte houden van (dagelijkse) bezigheden.

2.0 Boeken

Online Marketing Handboek- Patrick Petersen

Groundswell – Charlene Li,Josh Bernoff

Internetstrategie – Esther de Jong

The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success - Lon Safko,David Brake

Social Media Marketing: An Hour a Day - Dave Evans

3.0 Onderzoeken

Content marketing spending 2010

EFocus whitepaper socialtrends 2010

Hyvesonderzoek_TVM01_2010

Networked-individualism

Online trends 2010 Netlash

Social Media Update 2010 Jungle Minds

Social Media Marketing Report2010

4.0 Websites

http://www.slideshare.net/Advertisinggenius/social-media-strategy-development-thesis

http://www.slideshare.net/digitalsynergy

http://www.marketingfacts.nl/berichten/39100208_de_social_media_marketing_strategie_het_werknemersstandpunt/

http://www.profnews.nl/926023/kodak-benut-sociale-media-als-interactief-marketingplatform

http://www.junta42.com/resources/content-marketing-spending-2010.aspx

http://www.monlog.nl/logs/2007-05-11-wat-is-social-media/

http://www.frankwatching.com/archive/2009/12/28/mutual-sustainability-en-social-media/

http://www.emerce.nl/nieuws.jsp?id=2994054

http://wiki.tribewise.nl/

http://www.bolletje.nl/cat/idee/

http://www.dutchcowboys.nl/socialmedia/18951

http://www.dirjournal.com/guides/wp-content/uploads/2009/12/social-media-fredcavazza.jpg

http://webtrends.about.com/od/web20/a/social-media.htm

http://webtrends.about.com/od/gettingstarted/a/web-trends-help.htm

http://www.dutchcowboys.nl/socialmedia/18878

http://www.molblog.nl/bericht/integratie-van-social-media-in-e-mail-interview-met-dj-waldow/

http://www.molblog.nl/bericht/social-media-de-essentie-en-de-saaie-materie/

http://www.nuzakelijk.nl/e-business/21 79815/twitter-onvermijdelijk.html

http://www.computable.nl/artikel/ict_topics/internet/3226017/1282763/bedrijven-moeten-social-mediastrategie-uitrollen.html
http://www.computable.nl/artikel/ict_topics/internet/3232096/1282763/social-media-wat-doe-je-ermee-als-bedrijf.html

http://cio.nl/nieuws/13494/vijf-tips-voor-social-media-in-uw-organisatie.html

http://youngmarketing.web-log.nl/youngmarketing/2010/01/salty-aandoenli.html

http://twitter.com/zeemantextiel

http://www.digitransfer.info/zeeman/boxershort

http://www.dutchcowboys.nl/crossmedia/18986

http://www.leefritme.nl/social-media-release/social-media-club-amsterdam-event

http://informaatie.nl/2010/01/%E2%80%9Cwe-moeten-iets-doen-met-social-media%E2%80%A6%E2%80%9D/

http://www.slideshare.net/Advertisinggenius/social-media-strategy-development-thesis

http://www.frankwatching.com/archive/2009/03/02/social-media-congres-hoe-maak-je-van-social-media-een-succes/

http://www.jungleminds.nl/publicaties/artikelen/succes_op_sociale_media_met_een_uitgekiende_social_media_strategie

http://www.dutchcowboys.nl/socialmedia/18458

http://www.retailnews.nl/retailtech/rubrieken/trends/trends/2634/interactief-shoppen-met-familie-en-vrienden.html

http://www.internetopleidingen.be/2009/10/sociale-media-geschiedenis-aanbod-en-evolutie/

http://www.webdesignerdepot.com/2009/10/the-history-and-evolution-of-social-media/

http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html

http://janeknight.typepad.com/socialmedia/2009/10/a-history-of-social-media.html

http://www.b2bcontact.nl/netwerken/795-de-6-social-media-trends-voor-2010

http://www.netlash.com/blog/detail/oude-media-versus-nieuwe-media

http://www.netlash.com/blog/detail/online-trendrapport-2010-de-voorspellingen

http://www.marketingfacts.nl/berichten/20071122_de_kansen_van_sociale_netwerken/

http://www.frankwatching.com/archive/2010/02/15/intranet-en-sociale-media-op-weg-naar-intranet-2-0/

http://www.enick.nl/nieuws/Trends/Cijfers_mobiel_internet_in_Nederland.html

http://nieuws.nownederland.nl/2009/11/sterke-groei-mobiel-internet-in-2009.html

http://www.emarketer.com/Article.aspx?R=1007506

http://www.hyped.nl/

http://www.slideshare.net/digitalsynergy

http://www.slideshare.net/getvisible/affiliate-marketing-and-social-media-a4uexpo?src=related_normal&rel=820635

http://www.wilsonweb.com/advertising/collins-social-affiliate-links.htm

http://www.emerce.nl/nieuws.jsp?id=2956453

http://www.ekudos.nl/artikel/227189/affiliate_marketing_via_social_media

http://www.marketinginnovatie.org/2010/03/01/patrick-petersen-social-media-sijpelt-door-in-automotive-branche/

http://www.socialmediacheck.nl/

http://crossweb.nl/2010/02/relevantie-van-social-media/

http://www.hyves.nl/actie/mijnbabyboek

http://www.linkedin.com/news?actionBar=&aIdx=5&articleID=111993195&aogid=113247612&gid=59135&gid=59135&srchType=nws&srchCat=WOTC&trk=news_brkout&goback=.anh_59135.nvr_59135_1

http://blog.futureforward.nl/online-marketing/2009/09/03/bedrijfsmatig-twitteren-zin-of-onzin/

http://www.mischacoster.com/2010-02/business/social-media-marketing-strategie-stap-voor-stap/

http://spreadsheets.google.com/pub?key=tVjlLNYO7afAmQum8LclBMQ&output=html

http://www.keesromkes.nl/2010/03/08/de-mens-in-social-media/

http://www.marketingfacts.nl/berichten/20100309_de_social_media_gids_voor_cmos/

http://drewmclellan.typepad.com/Downloads/CMO-SOCIAL%20LANDSCAPE-R5.pdf

http://trends.google.com/websites?q=hyves.nl%2C+facebook.com&geo=NL&date=all&sort=0

http://xyofeinstein.wordpress.com/2010/03/15/1936/

http://www.toprankblog.com/2010/03/11-free-tools-for-social-media-optimization/

http://www.denieuwereporter.nl/2010/03/twitter-als-nieuwsbron-is-niet-meer-te-stuiten/

http://www.frankwatching.com/downloads/SocialMediaPoster.pdf

http://www.marketingfacts.nl/berichten/20100317_wtf_whats_in_it_for_me_and_my_friends/

http://www.bijgespijkerd.nl/online-marketing/twitter-traffic-grote-onbekende-in-web-analytics

http://www.bijgespijkerd.nl/online-marketing/twitter-traffic-grote-onbekende-in-web-analytics

http://oor-log.net/?p=21

http://twinklemagazine.nl/achtergronden/2010/03/de-toekomst-voor-affiliat/index.xml

http://blog.m4n.nl/facebook-pages-voor-affiliates/

http://mashable.com/2010/03/18/social-media-sites-data/

http://www.retrevo.com/content/blog/2010/03/social-media-new-addiction%3F

http://www.dutchcowboys.nl/socialmedia/19272

http://ow.ly/1pdvW

http://www.getelastic.com/ecommerce-twitter-tools/

http://www.bijgespijkerd.nl/bijgespijkerd/social-media-en-opleiden-wat-doet-de-deelnemer#more-10158

http://blog.winkwaves.com/2010/03/30/passie-voor-social-media-zo-passe

http://martijnvanburen.wordpress.com/2010/04/10/10-tips-om-meer-leads-te-krijgen-via-je-website/

http://www.iamblog.nl/social-media-demographics/

http://tweetmeme.com/story/899906013/ymerce-social-media-in-nederland-in-cijfers-deel-3

http://www.emerce.nl/nieuws.jsp?id=3026167

http://www.dutchcowgirls.nl/social/3167

http://www.reclameweek.nl/bureau-nieuws/zwitsal-lanceert-product-via-hyves-%2813904%29.html

http://twinklemagazine.nl/weblog/2010/04/social-begint-met-product/index.xml

http://talkedo.tv/index.php?videoid=hyves

http://www.nu.nl/internet/2229469/facebook-gaat-links-delen-met-adverteerders.html

http://www.emerce.nl/nieuws.jsp?id=2971451

http://www.frankwatching.com/rubriek/social-media/

http://www.marketingfacts.nl/berichten/20091008_jaaromzet_online_shopping_2009_richting_6_miljard/

http://www.deondernemer.nl/blogs/472817/Social-media-voor-small-business.html

http://www.slimmens.nl/slimpieblog/2007/05/consument-vertrouwt-internet-meer-dan.html

http://zbc.nu/marketing/web-2-0-en-nieuwe-media/youtube-walhalla-voor-marketeers-of-placebo-voor-reclamemakers-die-niet-willen-leren/http://www.deondernemer.nl/blogs/472817/Social-media-voor-small-business.html

http://twinklemagazine.nl/achtergronden/2010/04/emotie-drijft-dell-naar-f/index.xml

http://xyofeinstein.wordpress.com/2010/04/22/checklist-rond-social-media-gebruik-in-je-bedrijf-of-instelling/

http://www.marketingfacts.nl/berichten/20100423_2010_social_media_marketing_industry_report/

http://www.socialmediaexaminer.com/social-media-marketing-industry-report-2010/

http://www.hyped.nl/details/20100430_wat_is_een_typische_twitter_gebruiker/#When:07:22:00Z

http://www.dutchcowboys.nl/marketing/19550

http://www.managersonline.nl/nieuws/9667/merendeel-marketeers-zet-social-media-in.html

http://www.basvandenbeld.nl/uitgelegd/youtube-marketing/

http://blog.seolab.nl/gebruik-youtube-voor-zoekmachine-optimalisatie.html

http://www.slideshare.net/nownederland/30-youtube-tips-2931917

http://www.marketing-online.nl/nieuws/moduleitem53836.html

http://www.tijd.be/nieuws/ondernemingen_technologie/Sociale_media-_een_must_voor_merken-.8920007-3130.art?c=1

http://www.managersonline.nl/vaknieuws/commercieel/19639/bedrijven-moeten-eerst-luisteren-op-social-media.html

http://www.emerce.nl/nieuws.jsp?id=2956453

http://www.webseoanalytics.com/blog/successful-marketing-campaigns-in-social-media-to-target-women/

http://www.b2cmarketinginsider.com/social-media/5-social-media-books-for-your-summer-reading-list-0257

http://tools.m4n.nl/social/index.html#