



Case Study | de Bijenkorf

De Bijenkorf verdubbelt het aantal volgers op Google+ met exclusieve posts en de allereerste Fashion Hangout.



Over de Bijenkorf:

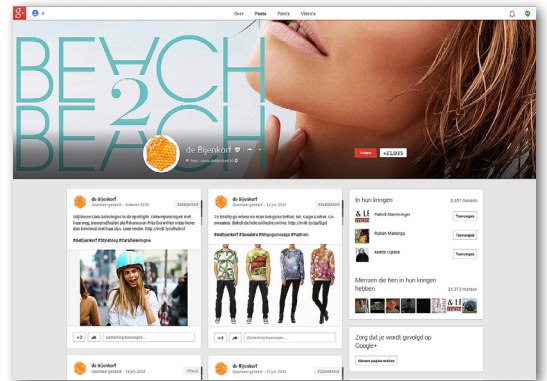
- Toonaangevend warenhuis
- Al meer dan 140 jaar een sterk Nederlands merk
- Sinds 2011 onderdeel van Selfridges Group Limited
- Merkwaarden: Klantgericht, Inspirerend, Stijlvol, Premium
- Doelgroep: wereldburgers en stadsmensen van 25 tot 45 jaar oud
- Interesses: fashion, beauty, lifestyle, reizen

In 1870 werd het eerste filiaal van de Bijenkorf geopend. Inmiddels is het warenhuis met twaalf filialen en een drukbezochte webshop een van de sterkste Nederlandse merken. In het uitgebreide assortiment ligt de focus onmiskenbaar op fashion. Bovendien zorgt de Bijenkorf ervoor dat ieder bezoek een belevenis wordt. Offline én online.

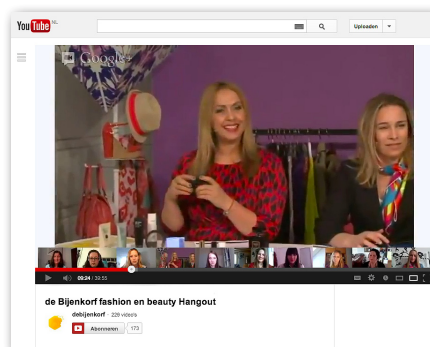
Fashionista's up-to-date: google.nl/+deBijenkorf

Internet speelt een belangrijke rol in de marketingstrategie van de Bijenkorf. Mark Robbers, Senior Specialist Nieuwe Media: "We zijn al heel lang online actief, ook op social media. Hiervoor werken wij samen met social mediabureau Nettribes. In Google+ zagen we nieuwe mogelijkheden om onze reputatie als fashion destination te bevestigen en uit te bouwen. Ook vonden we de synergie met andere kanalen en platformen van Google interessant."

De Bijenkorf startte daarom een Google+ pagina met een eigen URL: google.nl/+deBijenkorf. In plaats van de content die voor andere social media gemaakt wordt één-op-één door te plaatsen, wordt voor Google+ rijke, exclusieve fashioncontent gecreëerd. Met posts en video's over StyleNews, interviews, bloggers, nieuws, relevante links en nieuwe high end producten. Ook wordt er regelmatig content uit het magazine van de Bijenkorf doorvertaald voor Google+. "Bij Google+ kiezen we heel bewust voor een andere aanpak, we zoeken echt de verdieping." De Bijenkorf promoot de Google+ pagina via de website, de nieuwsbrief, het magazine en andere social media.



Mark Robbers, Senior Specialist Nieuwe Media: "Google+ biedt talloze mogelijkheden om onze reputatie als fashion destination uit te bouwen."



Live contact: Fashion Hangout Events zijn belangrijk in de strategie

van de Bijenkorf. Deze worden georganiseerd rond speciale momenten, maar ook rond producten of introducties. Zo waren er eerder een meet & greet met Jean Paul Gaultier, etalagevoorstellingen, kookdemonstraties en een ode aan het Rijksmuseum. "Vrijwel dagelijks is er in een van de filialen wel iets te zien of te beleven. Met de Hangouts, een unieke feature van Google+, konden we beleving ook online

een grote rol geven." De Bijenkorf opent het modeseizoen met de **allereerste Fashion Hangout**, waarin fashion- en beautyliefhebbers stylistes en modebloggers kunnen vragen naar de nieuwste trends. Promotie vindt plaats via de website, de nieuwsbrief, het Bijenkorf Magazine, Facebook- en Twitterposts, Facebook advertenties en een uitnodiging en post op Google+. Met resultaat. De Hangout wordt door vele fashionista's gevolgd via de Google+ pagina en YouTube.

Resultaten

- 100% groei van het aantal volgers op Google+
 - 15% toename van de CTR
 - 9% daling van de CPC
 - Contact met fashionista's
-

"We hebben heel veel reacties gekregen. En bijna zonder uitzondering positief. Dit zullen we dan ook zeker vaker gaan doen." Een greep uit de reacties op de **Fashion Hangout**: "Ik heb het deelnemen een ontzettend leuke maar ook leerzame ervaring gevonden. Voor het eerst in een Hangout. Ik wil jullie bedanken voor het mogen deelnemen en ben graag bereid om mee te werken aan andere Hangouts of vernieuwende concepten!" "Ik vond het echt superleuk, en om terug te zien vind ik het ook erg leuk! Dit soort dingen mogen wel vaker komen, je leert er veel van en krijgt er ook inspiratie door. Ik heb ook zeker wat aan de tips."

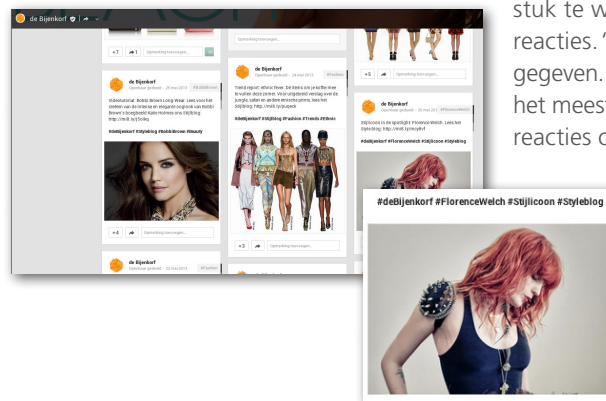
Er wordt geen +1 gemist

Alle social media-activiteiten worden door de Bijenkorf bijgehouden in een **social mediadashboard** dat is opgezet door Media Injection. Door Google+ hierin te integreren, kunnen posts en opmerkingen vanuit een centrale plek worden geplaatst. Zo kan inhoudelijk makkelijk worden bijgestuurd en hoeven de berichten niet stuk voor

stuk te worden gecheckt op nieuwe reacties. "**We zien elke +1** die wordt gegeven. Net als welke posts of thema's het meeste effect hebben en de meeste reacties opleveren." Ook blijkt uit het

dashboard welke content op welke kanalen reacties triggeren.

Aan de hand daarvan bepaalt de Bijenkorf hoe het budget wordt verdeeld om het hoogst haalbare rendement te realiseren.



100% meer volgers, 15% toename van de CTR en 9% lagere CPC

Het aantal volgers groeide in slechts zes maanden met ruim 100%, van 12.000 naar bijna 24.500. Daarmee hoort de Bijenkorf bij de top van Nederlandse merken als het gaat om het aantal volgers op Google+. "**Onze zichtbaarheid op google.nl is veel beter nu we Google+ gebruiken.**" Tegelijk draaide er een succesvolle merk-campagne met AdWords. Samen zorgt dit voor meer verkeer en nieuwe volgers. We krijgen nu meer bezoekers, maar de AdWords-kosten per bezoeker zijn nu door middel van Social Extensions 9% lager."

Over Google+:

Google+ combineert de kracht van diverse Google-producten om beter in contact te komen met uw grootste fans. Binnen Google+ kunt u de dialoog aangaan via Google+ posts, door middel van kringen en Google+ Communities kunnen speciale groepen worden bediend en Hangouts tillen het contact naar een nog persoonlijker niveau. Daarnaast kunnen posts gratis worden weergegeven naast zoekresultaten op Google.nl en resulteert het gebruik van Social Extensions in AdWords gemiddeld 5-10% hogere CTR op zoekadvertenties. **Lees meer op www.google.com/+business**

Met zulke resultaten kan de Bijenkorf niet anders dan de mogelijkheden van Google+ verder onderzoeken. "We zijn heel tevreden en gaan zeker meer doen met Google+. Zo willen we later dit jaar meer Fashion Hangouts organiseren met het Style Blog op deBijenkorf.nl. En willen we kijken hoe we kringen slim kunnen inzetten. We hebben nog lang niet alle facetten van Google+ ontdekt." Femmie Geradts van Nettribes sluit

zich daarbij aan: "Door dit project hebben we een concreet beeld van de mogelijkheden en inzichten die Google+ kan bieden. We gaan zeker meer doen met Google+!"

