

De internationale fan

PSV heeft een heleboel fans. De meeste fans komen uit de buurt van Eindhoven, maar ook in alle ander delen van Nederland wonen PSV-fans. Bij PSV spelen verschillende spelers uit anderen landen, en deze spelers brengen ook weer fans mee uit hun eigen land.

In het filmpje van ASML heb je kennisgemaakt met mensen uit verschillende landen die een snack meebrachten uit hun eigen land. Heb je alle vlaggen herkend? Er waren snacks uit Nederland, Frankrijk, Turkije, Mexico, Moldavië en India. Omdat 1/3 van de mensen die bij ASML werkt een andere nationaliteit heeft dan Nederlands, wordt er bij ASML naast Nederlands veel Engels gesproken. Bij PSV wordt er in het team ook veel Engels gesproken, omdat er spelers zijn met verschillende nationaliteiten.

Om aan te sluiten bij wat de fans willen, houdt PSV heel veel gegevens in de gaten. Zo kunnen ze bij de aankopen in de webshop bijvoorbeeld zien vanuit welk land iets besteld wordt. Met die gegevens kan de afdeling Marketing weer aan de slag. Als je in Nederland de webshop opent, krijg je bijvoorbeeld Cody Gakpo in de banner te zien. Maar iemand die in Duitsland de webshop opent, krijgt in de banner een Duitse speler te zien. Als er een nieuwe speler uit een ander land komt, komen er vaak ineens bestelling uit dat land. Soms doen ze op de website ook wel een onderzoek. Dan maken ze 2 advertenties: Eén met tekst en dezelfde advertentie zonder tekst. Ze kijken op welke advertentie het meest wordt geklikt. Hier leren ze van voor het maken van nieuwe advertenties.

Land ?	Acquisitie	
	Gebruikers ? ↓	Nie
	409.198 % van totaal: 100,00% (409.198)	
1. Netherlands	363.276 (88,22%)	
2. Belgium	7.366 (1,79%)	
3. Germany	7.276 (1,77%)	
4. United States	4.883 (1,19%)	
5. France	3.137 (0,76%)	
6. United Kingdom	2.856 (0,69%)	
7. Spain	2.221 (0,54%)	
8. Italy	1.767 (0,43%)	
9. Turkey	1.159 (0,28%)	
10. Austria	1.088 (0,26%)	

In deze grafiek zie je aan welke landen er verkocht wordt via de webshop.



25 Een goede advertentie moet een “Call to action” zijn. Een Call to action is een oproep tot actie, bijvoorbeeld: ‘Koop nu’, ‘Bestel direct’ of ‘Ontdek nu.’ Als de
30 advertentie goed is, nodigt hij je uit om het product direct te kopen of te bestellen. Een advertentie moet direct duidelijk maken waar het over gaat en waar je het kunt kopen. Zoals je hiernaast ziet, gebruiken ze in de advertentie veel mooie foto’s en maar weinig tekst. In de teksten zie je de naam van de collectie met daaronder “New collection”, en rechtsonder staat waar je het kunt kopen.



Maak een poster bij jullie nieuwe FANstore-product voor de internationale fan. Jullie zijn helemaal vrij in hoe jullie de poster vormgeven. Het formaat en het materiaal van de reclameposter is naar eigen keuze. Knippen, plakken, kleuren, op de computer: er is van alles mogelijk. Zorg dat op je poster snel en duidelijk te zien is wat er waar te koop is en dat de poster een “call to action” heeft. De poster is bedoeld voor de internationale fan, dus gebruik beelden en korte Engelse teksten.



Voor deze leestekst hebben we gesproken met Max van Oirschot. Marketeer PSV