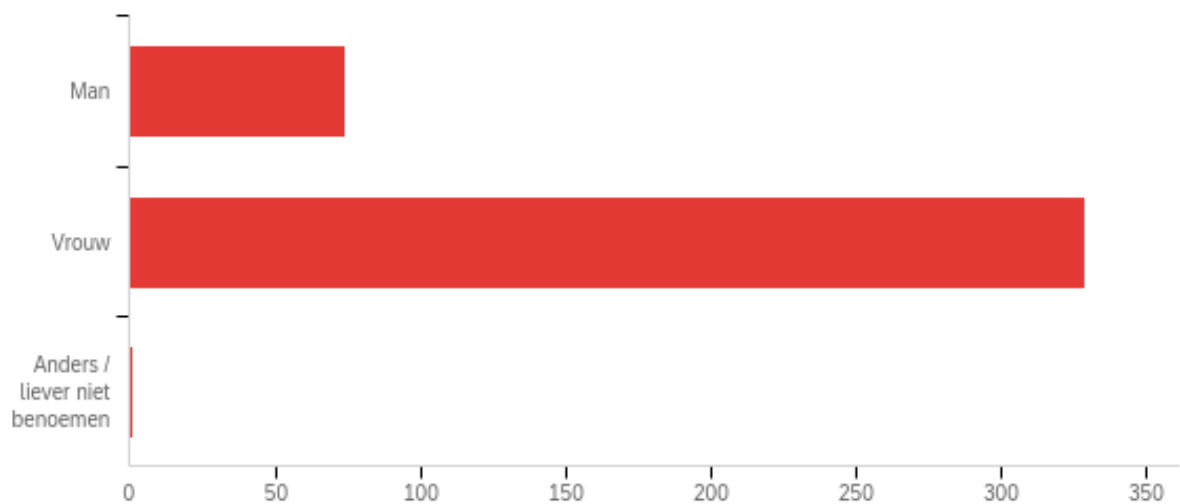


Afstudeeronderzoek rapport

Afstudeeronderzoek: sociale media OPEN32

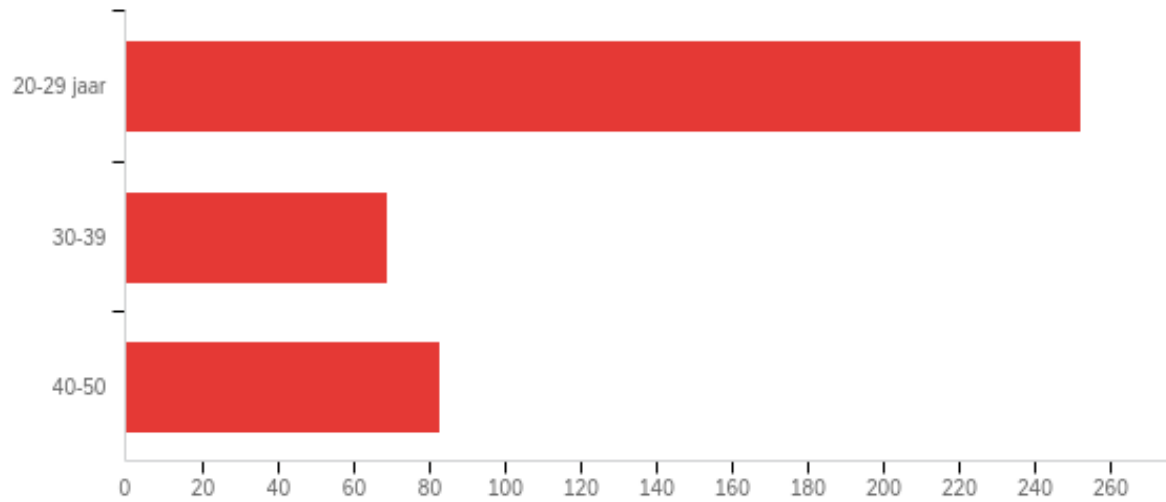
Q1 - Wat is jouw geslacht? (N = 404)



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Wat is jouw geslacht?	1.00	3.00	1.82	0.39	0.15	404

#	Answer	%	Count
1	Man	18.32%	74
2	Vrouw	81.44%	329
3	Anders / liever niet benoemen	0.25%	1
	Total	100%	404

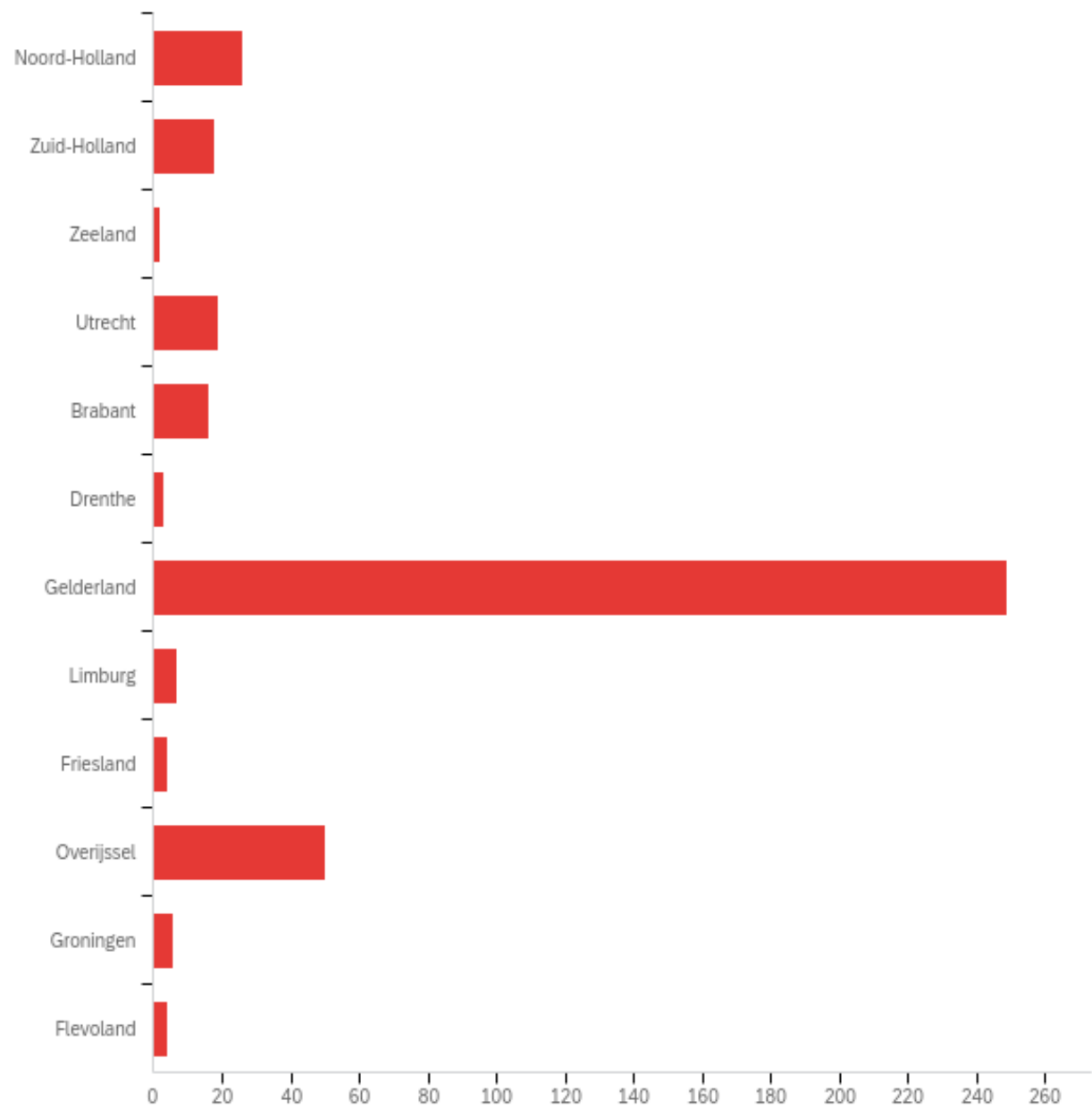
Q2 - Tot welk van de volgende leeftijdscategorieën behoort je? (N = 404)



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Tot welk van de volgende leeftijdscategorieën behoort je?	1.00	3.00	1.58	0.81	0.65	404

#	Answer	%	Count
1	20-29 jaar	62.38%	252
2	30-39	17.08%	69
3	40-50	20.54%	83
	Total	100%	404

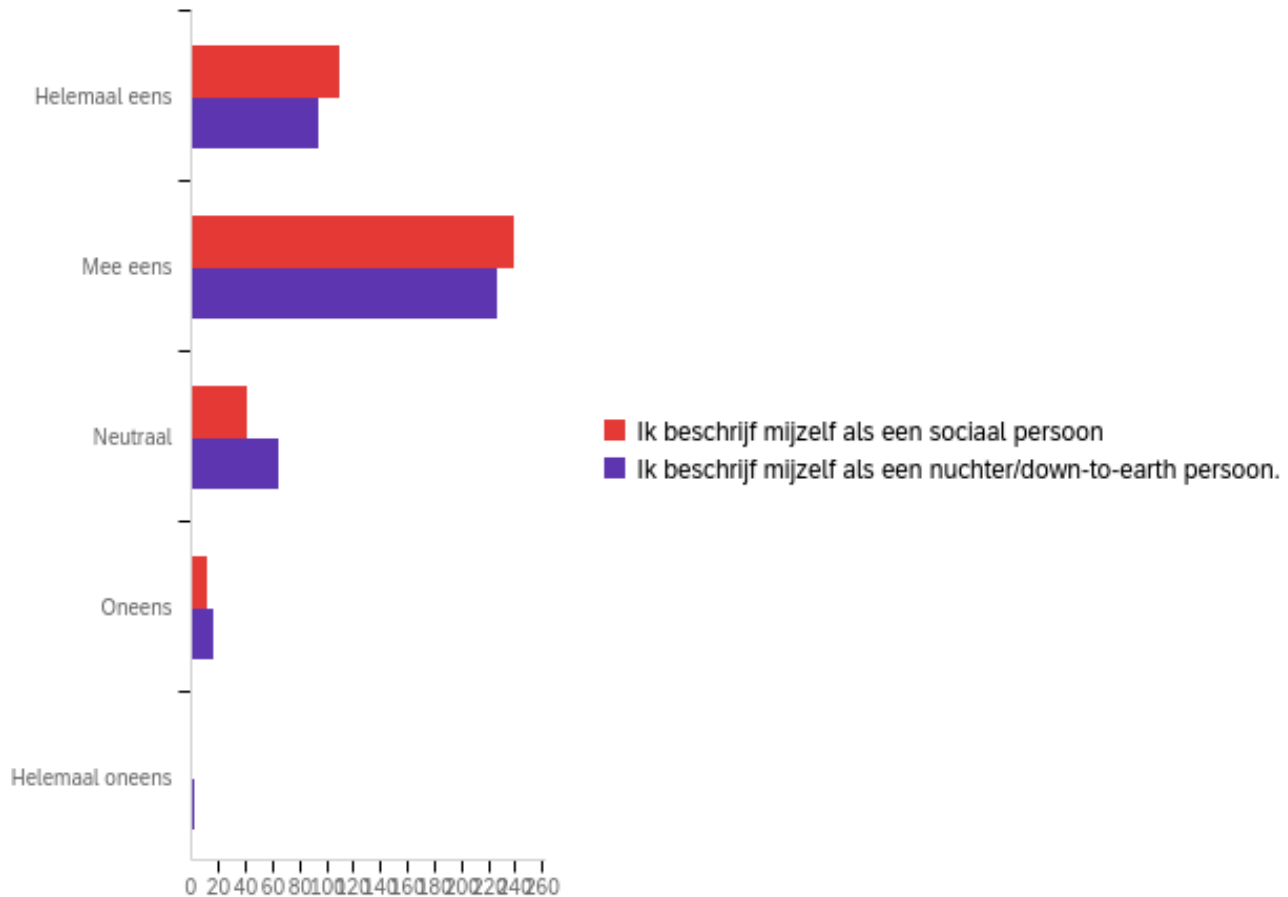
Q3 - In welke provincie ben je woonachtig? (N = 404)



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	In welke provincie ben je woonachtig?	1.00	12.00	6.66	2.37	5.64	404

#	Answer	%	Count
1	Noord-Holland	6.44%	26
2	Zuid-Holland	4.46%	18
3	Zeeland	0.50%	2
4	Utrecht	4.70%	19
5	Brabant	3.96%	16
6	Drenthe	0.74%	3
7	Gelderland	61.63%	249
8	Limburg	1.73%	7
9	Friesland	0.99%	4
10	Overijssel	12.38%	50
11	Groningen	1.49%	6
12	Flevoland	0.99%	4
	Total	100%	404

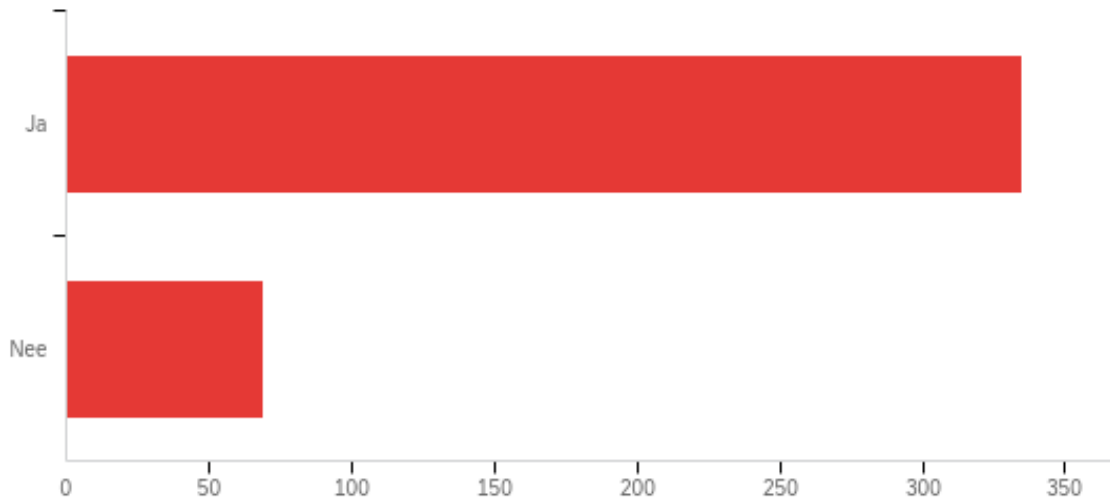
Q4 - Beoordeel de volgende twee stellingen. Jij bent het hiermee.... (N = 404)



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Ik beschrijf mijzelf als een sociaal persoon	1.00	5.00	1.90	0.71	0.51	404
2	Ik beschrijf mijzelf als een nuchter/down-to-earth persoon.	1.00	5.00	2.03	0.78	0.61	404

#	Question	Helemaal eens		Mee eens		Neutraal		Oneens		Helemaal oneens		Total
1	Ik beschrijf mijzelf als een sociaal persoon	27.23%	110	59.16%	239	10.40%	42	2.97%	12	0.25%	1	404
2	Ik beschrijf mijzelf als een nuchter/down-to-earth persoon.	23.27%	94	55.94%	226	16.09%	65	4.21%	17	0.50%	2	404

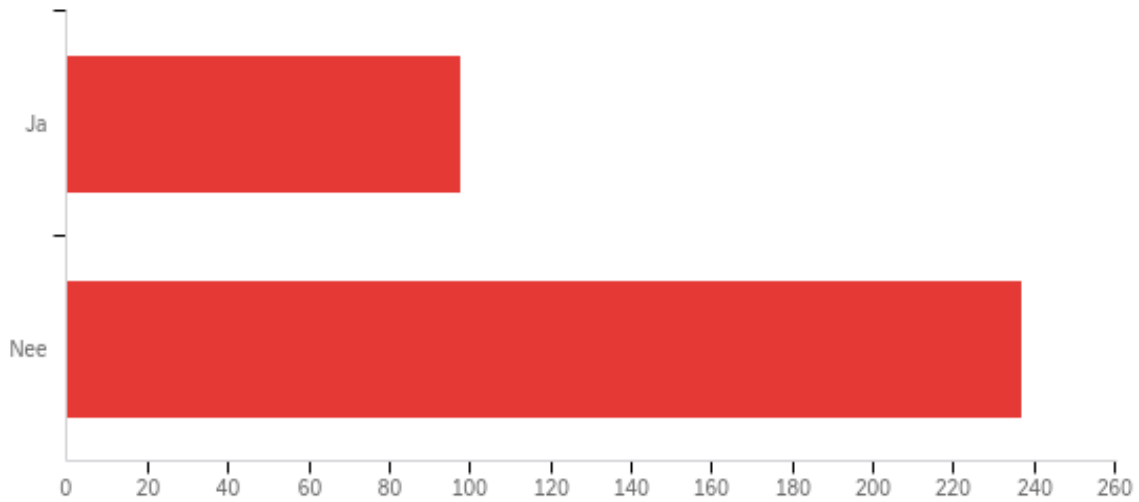
Q5 - Ken je kledingwinkel OPEN32? (N = 404)



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Ken je kledingwinkel OPEN32?	1.00	2.00	1.17	0.38	0.14	404

#	Answer	%	Count
1	Ja	82.92%	335
2	Nee	17.08%	69
	Total	100%	404

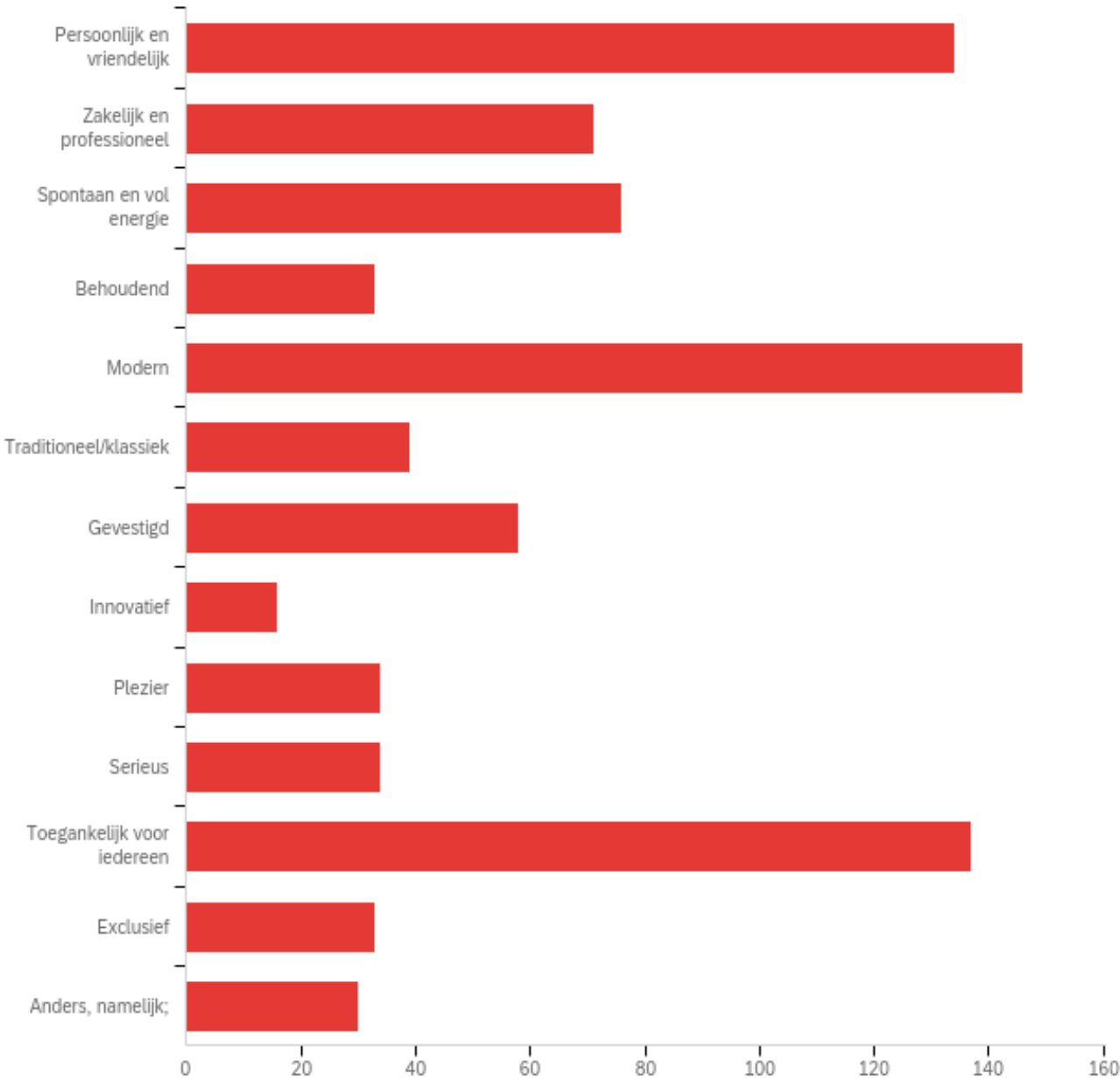
Q6 - Heb je afgelopen jaar een aankoop gedaan bij OPEN32? (N = 335)



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Heb je afgelopen jaar een aankoop gedaan bij OPEN32?	1.00	2.00	1.71	0.45	0.21	335

#	Answer	%	Count
1	Ja	29.25%	98
2	Nee	70.75%	237
	Total	100%	335

Q7 - Welke van de hieronder genoemde eigenschappen beschrijven OPEN32 als bedrijf volgens jou? Meerdere antwoorden zijn mogelijk. Vink aan wat jij denkt dat bij OPEN32 past. (N = 335)



#	Answer	%	Count
1	Persoonlijk en vriendelijk	15.93%	134
2	Zakelijk en professioneel	8.44%	71
3	Spontaan en vol energie	9.04%	76
4	Behoudend	3.92%	33

5	Modern	17.36%	146
6	Traditioneel/klassiek	4.64%	39
7	Gevestigd	6.90%	58
8	Innovatief	1.90%	16
9	Plezier	4.04%	34
10	Serieus	4.04%	34
11	Toegankelijk voor iedereen	16.29%	137
12	Exclusief	3.92%	33
13	Anders, namelijk;	3.57%	30
	Total	100%	841

Q36_13_TEXT - Anders, namelijk;

Anders, namelijk; - Tekst

Geen idee

Te veel gericht op klantenservice waardoor het vervelend wordt, reden om niet binnen te komen, gevoel van een aankoop móeten doen.

Standaard

Ik ken ze niet goed genoeg

Geen idee kom er nooit

Niks

Ik ben er jaren niet geweest, maar een fijne overzichtelijke winkel

Ik heb geen idee

Opdringerig

Divers

Merkkleding, duur

Jeugdig

Geen idee

Stijlvol, klassieke maar ook trendy items

Jong

Casual

geen idee

Kwalitatief uitermate teleurstellend

Fijne merken

Ben er nog nooit geweest

Online zit de webshop ook goed in elkaar

Een hele grote mix aan merken en komt druk over

Mijn laatste aankoop was in 2015

Geen van bovenstaande

Saai

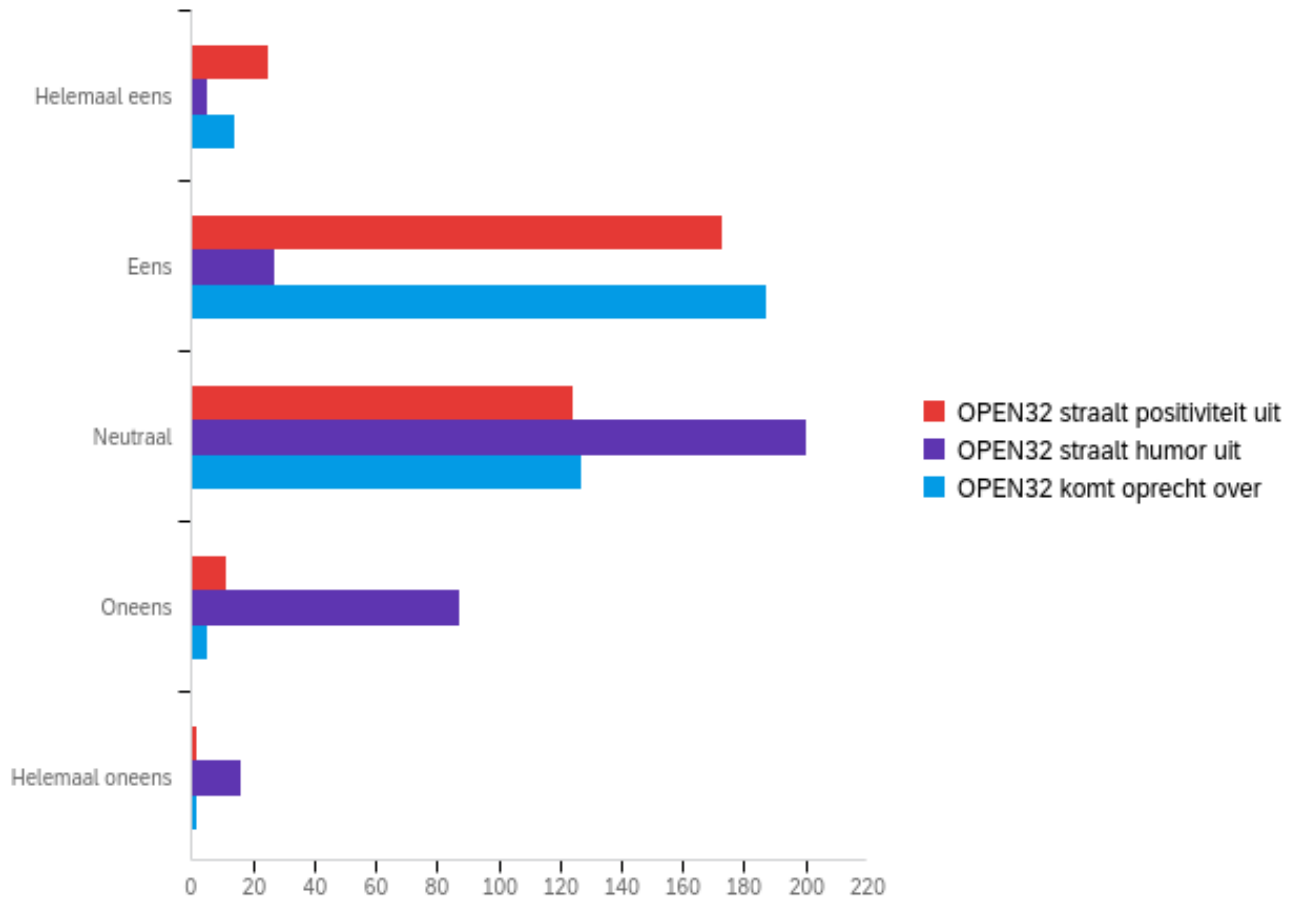
Ik shop eigenlijk nooit bij open32 dus ik durf hier niet goed op te antwoorden.

Ik ken het bedrijf, maar kom er nooit.

Gericht op een bepaald publiek, voel me er niet altijd welkom

Normaal (niet uniek)

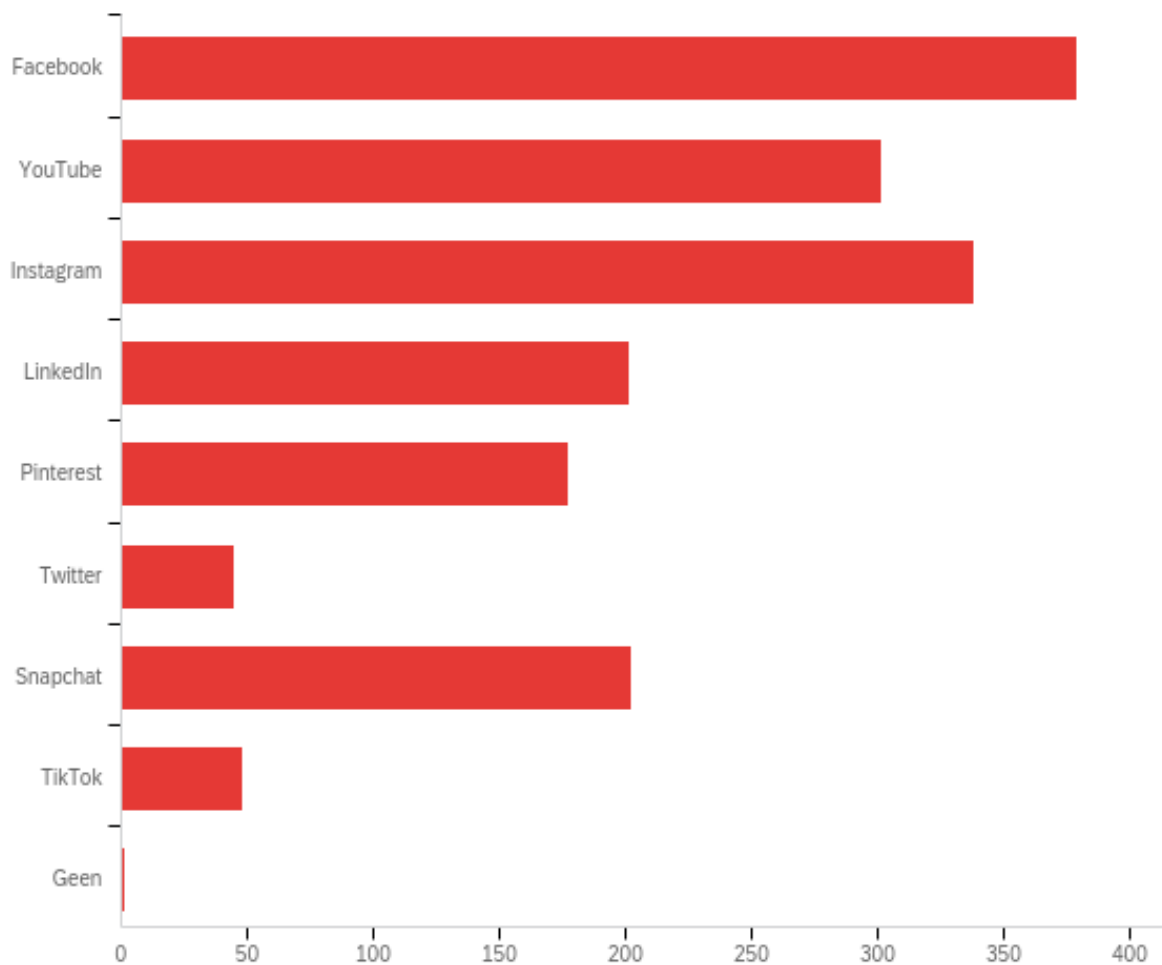
Q8 - Beoordeel de volgende stellingen: (N = 335)



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	OPEN32 straalt positiviteit uit	1.00	5.00	2.38	0.70	0.49	335
2	OPEN32 straalt humor uit	1.00	5.00	3.24	0.73	0.53	335
3	OPEN32 komt oprecht over	1.00	5.00	2.39	0.62	0.39	335

#	Question	Helemaal eens		Eens		Neutraal		Oneens		Helemaal oneens		Total
1	OPEN32 straalt positiviteit uit	7.46%	25	51.64%	173	37.01%	124	3.28%	11	0.60%	2	335
2	OPEN32 straalt humor uit	1.49%	5	8.06%	27	59.70%	200	25.97%	87	4.78%	16	335
3	OPEN32 komt oprecht over	4.18%	14	55.82%	187	37.91%	127	1.49%	5	0.60%	2	335

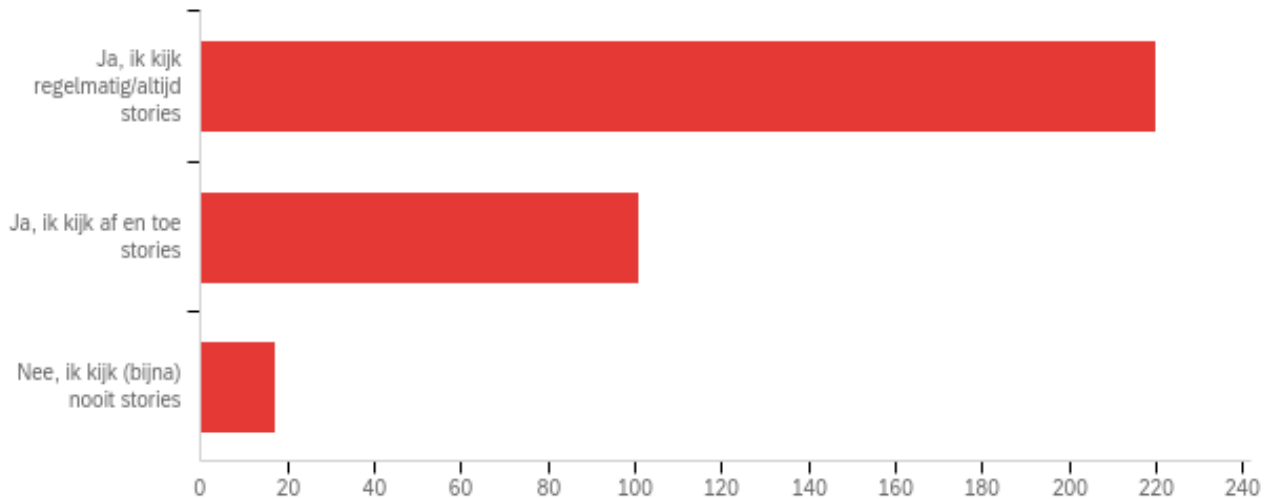
Q9 - Welke sociale media gebruik je met enige regelmaat? Hier zijn meerdere antwoorden mogelijk. Vink aan wat voor jou van toepassing is. Let op: het bekijken van YouTube-video's zonder dat u een eigen account heeft valt ook onder gebruik (N = 404)



#	Answer	%	Count
1	Facebook	22.40%	379
2	YouTube	17.79%	301
3	Instagram	19.98%	338
4	LinkedIn	11.88%	201
5	Pinterest	10.46%	177
6	Twitter	2.66%	45
7	Snapchat	11.94%	202
8	TikTok	2.84%	48

9	Geen	0.06%	1
	Total	100%	1692

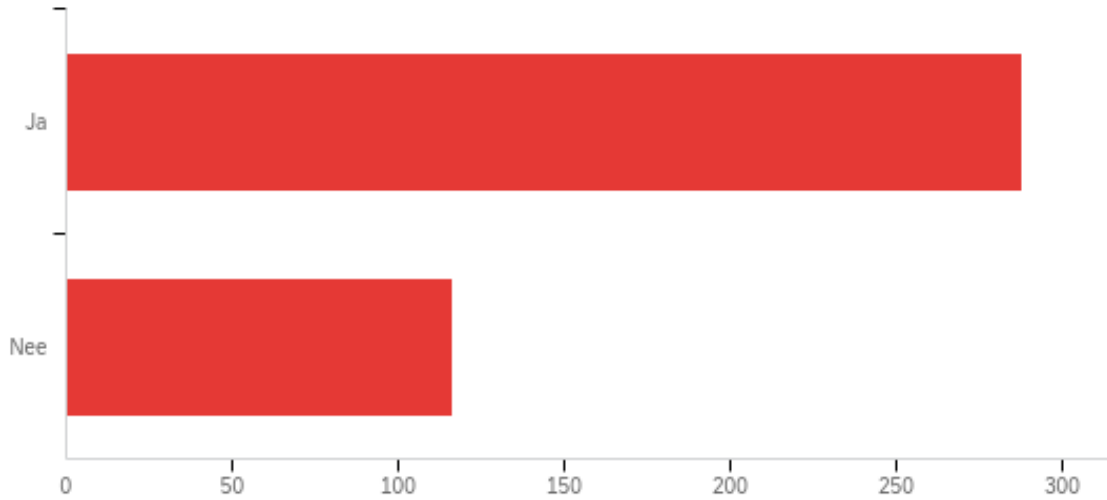
Q10 - Bekijkt je stories/verhalen op Instagram? (N = 338)



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Bekijkt je stories/verhalen op Instagram?	1.00	3.00	1.40	0.58	0.34	338

#	Answer	%	Count
1	Ja, ik kijk regelmatig/altijd stories	65.09%	220
2	Ja, ik kijk af en toe stories	29.88%	101
3	Nee, ik kijk (bijna) nooit stories	5.03%	17
	Total	100%	338

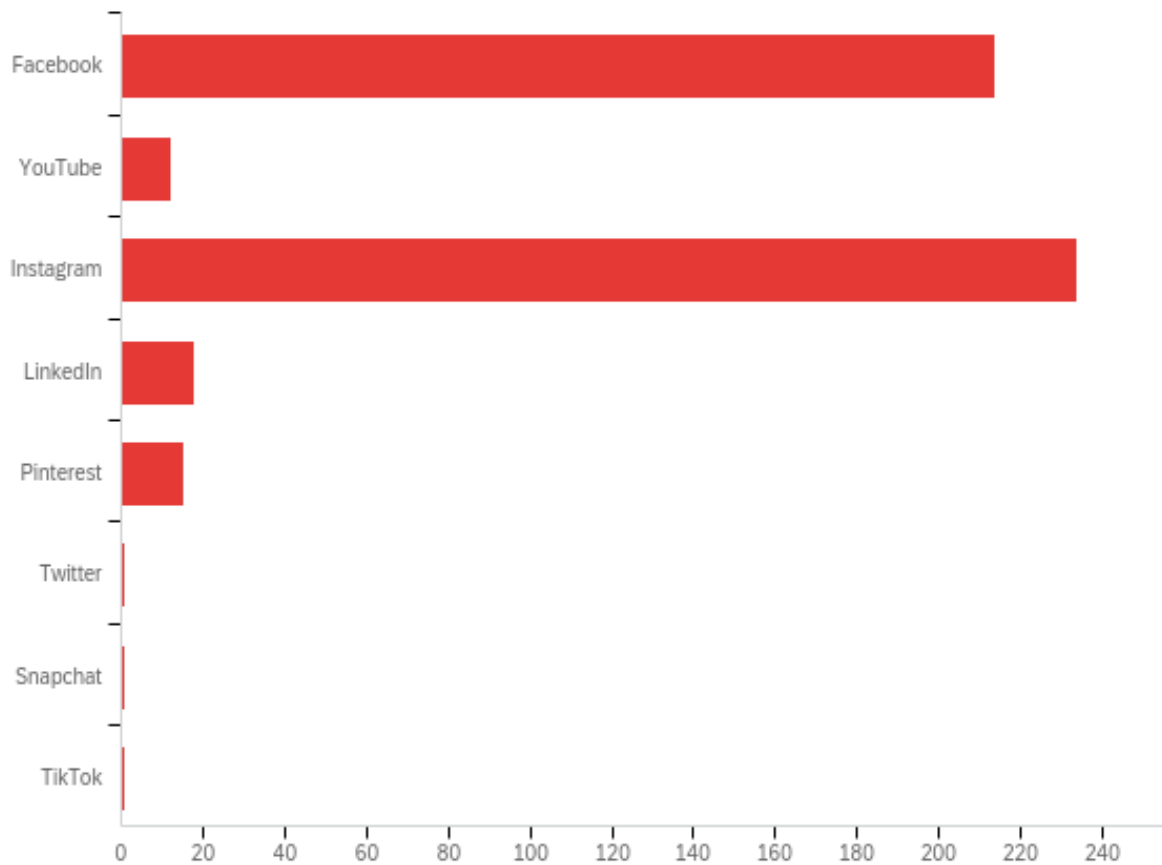
Q11 - Volg je kledingmerk(en) en/of kledingwinkel(s) via sociale media? (N = 404)



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Volg je kledingmerk(en) en/of kledingwinkel(s) via sociale media?	1.00	2.00	1.29	0.45	0.20	404

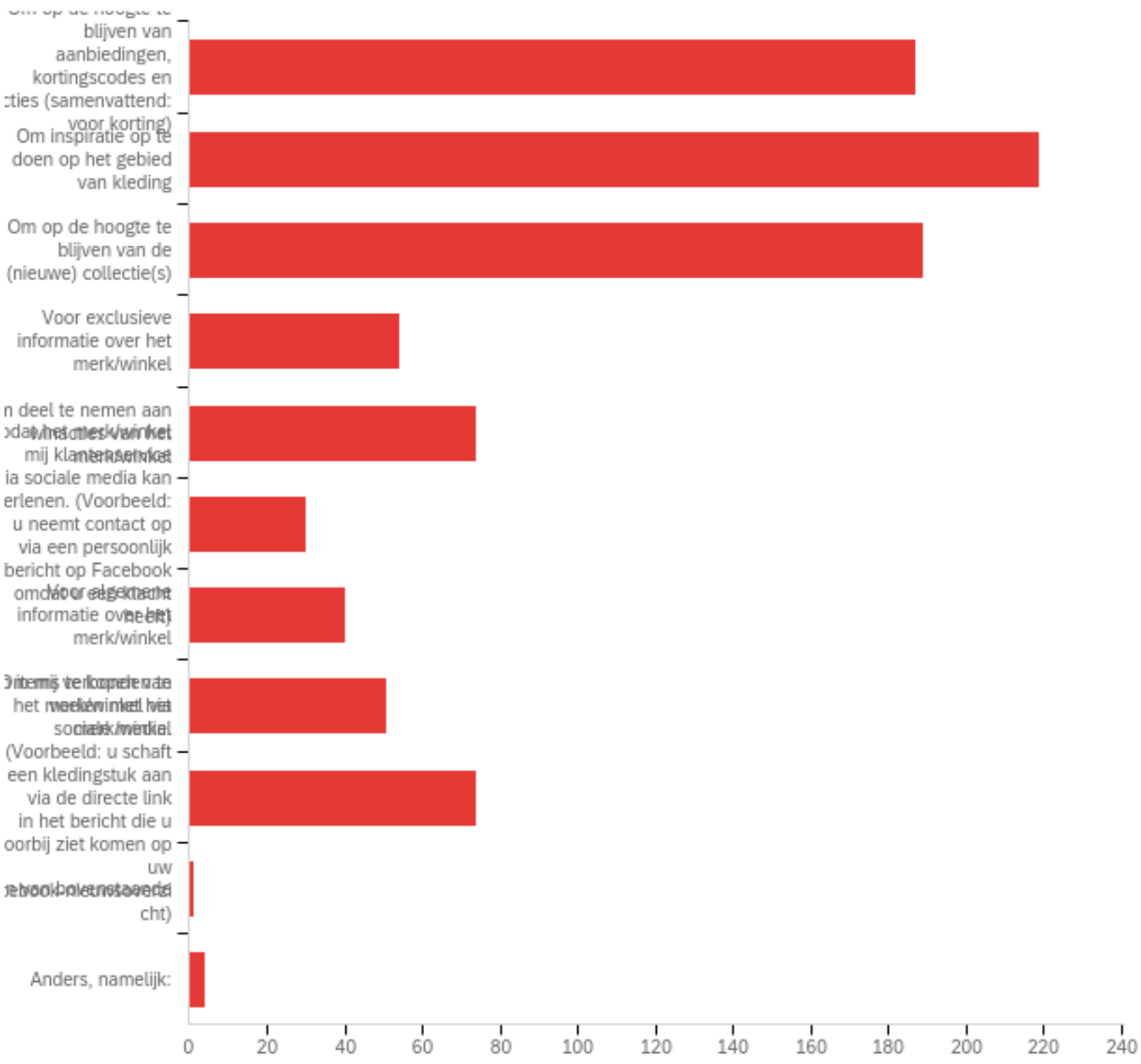
#	Answer	%	Count
1	Ja	71.29%	288
2	Nee	28.71%	116
	Total	100%	404

Q12 - Via welke sociale media volgt deze kledingmerk(en) en/of kledingwinkel(s)? Hierbij zijn meerdere antwoorden mogelijk. (N = 288)



#	Answer	%	Count
1	Facebook	43.15%	214
2	YouTube	2.42%	12
3	Instagram	47.18%	234
4	LinkedIn	3.63%	18
5	Pinterest	3.02%	15
6	Twitter	0.20%	1
7	Snapchat	0.20%	1
8	TikTok	0.20%	1
	Total	100%	496

Q13 - Waarom volgt je een kledingmerk(en) en/of kledingwinkel(s) via sociale media?
Hierbij zijn meerdere antwoorden mogelijk. Vink aan wat voor jou van toepassing is. (N = 288)



#	Answer	%	Count
1	Om op de hoogte te blijven van aanbiedingen, kortingscodes en acties (samenvattend: voor korting)	20.26%	187
2	Om inspiratie op te doen op het gebied van kleding	23.73%	219
3	Om op de hoogte te blijven van de (nieuwe) collectie(s)	20.48%	189

4	Voor exclusieve informatie over het merk/winkel	5.85%	54
5	Om deel te nemen aan winacties van het merk/winkel	8.02%	74
6	Zodat het merk/winkel mij klantenservice via sociale media kan verlenen. (Voorbeeld: u neemt contact op via een persoonlijk bericht op Facebook omdat u een klacht heeft)	3.25%	30
7	Voor algemene informatie over het merk/winkel	4.33%	40
8	Om mij verbonden te voelen met het merk/winkel	5.53%	51
9	Om items te kopen van het merk/winkel via sociale media. (Voorbeeld: u kauft een kledingstuk aan via de directe link in het bericht die u voorbij ziet komen op uw Facebook-nieuwsoverzicht)	8.02%	74
10	Geen van bovenstaande	0.11%	1
11	Anders, namelijk:	0.43%	4
	Total	100%	923

Q13_11_TEXT - Anders, namelijk:

Anders, namelijk: - Tekst

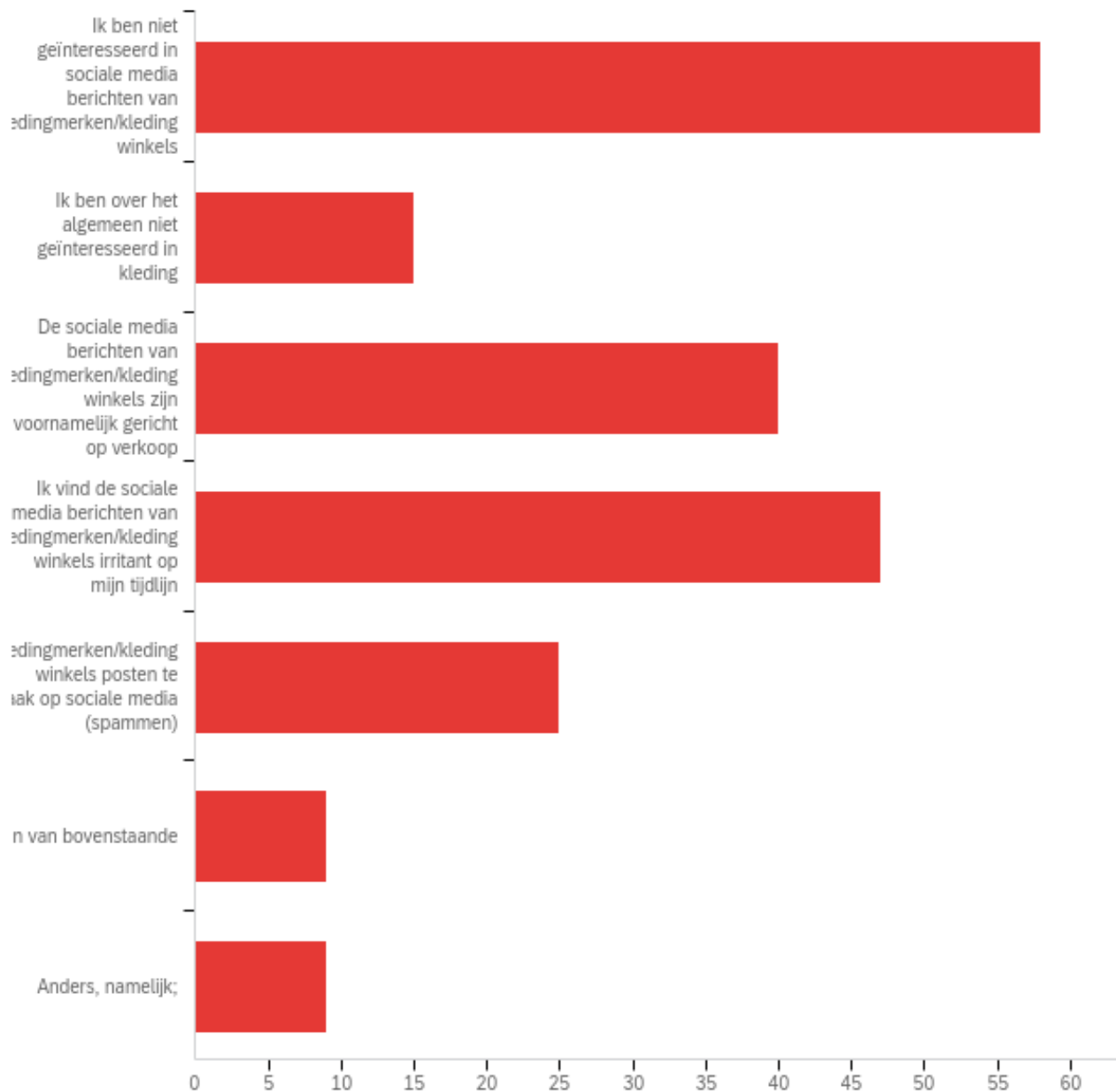
Omdat ik mij herken in hun waarden/verhaal/missie. Inspiratie gaat dan verder dan puur hun kleding.

Voor meer persoonlijke/achter de schermen content.

duurzaamheid en het merk, daarvan op de hoogte blijven

Lokale winkel te steunen / promo met bekende dorpsgenoten bekijken

Q14 - Waarom volg je geen kledingmerk(en) en/of kledingwinkel(s) via sociale media?
Meerdere antwoorden mogelijk. Vink aan wat voor jou van toepassing is. (N = 116)



#	Answer	%	Count
1	Ik ben niet geïnteresseerd in sociale media berichten van kledingmerken/kledingwinkels	28.57%	58
2	Ik ben over het algemeen niet geïnteresseerd in kleding	7.39%	15
3	De sociale media berichten van kledingmerken/kledingwinkels zijn voornamelijk gericht op verkoop	19.70%	40
4	Ik vind de sociale media berichten van kledingmerken/kledingwinkels irritant op mijn tijdlijn	23.15%	47

5	Kledingmerken/kledingwinkels posten te vaak op sociale media (spammen)	12.32%	25
6	Geen van bovenstaande	4.43%	9
7	Anders, namelijk;	4.43%	9
	Total	100%	203

Q15_7_TEXT - Anders, namelijk;

Anders, namelijk; - Tekst

Geen bewuste keuze om deze niet te volgen. Van de winkels waar ik interesse in heb krijg ik een nieuwsbrief gemaild.

Wil graag de stoffen voelen.h

Heb wel interesse in kleding, maar op zijn tijd

Ik zoek zelf winkels op waar ik geïntereseerd in ben, zonder dat de winkel volg

Wil geen extra tijd opmaken op er op sm in te verdiepen

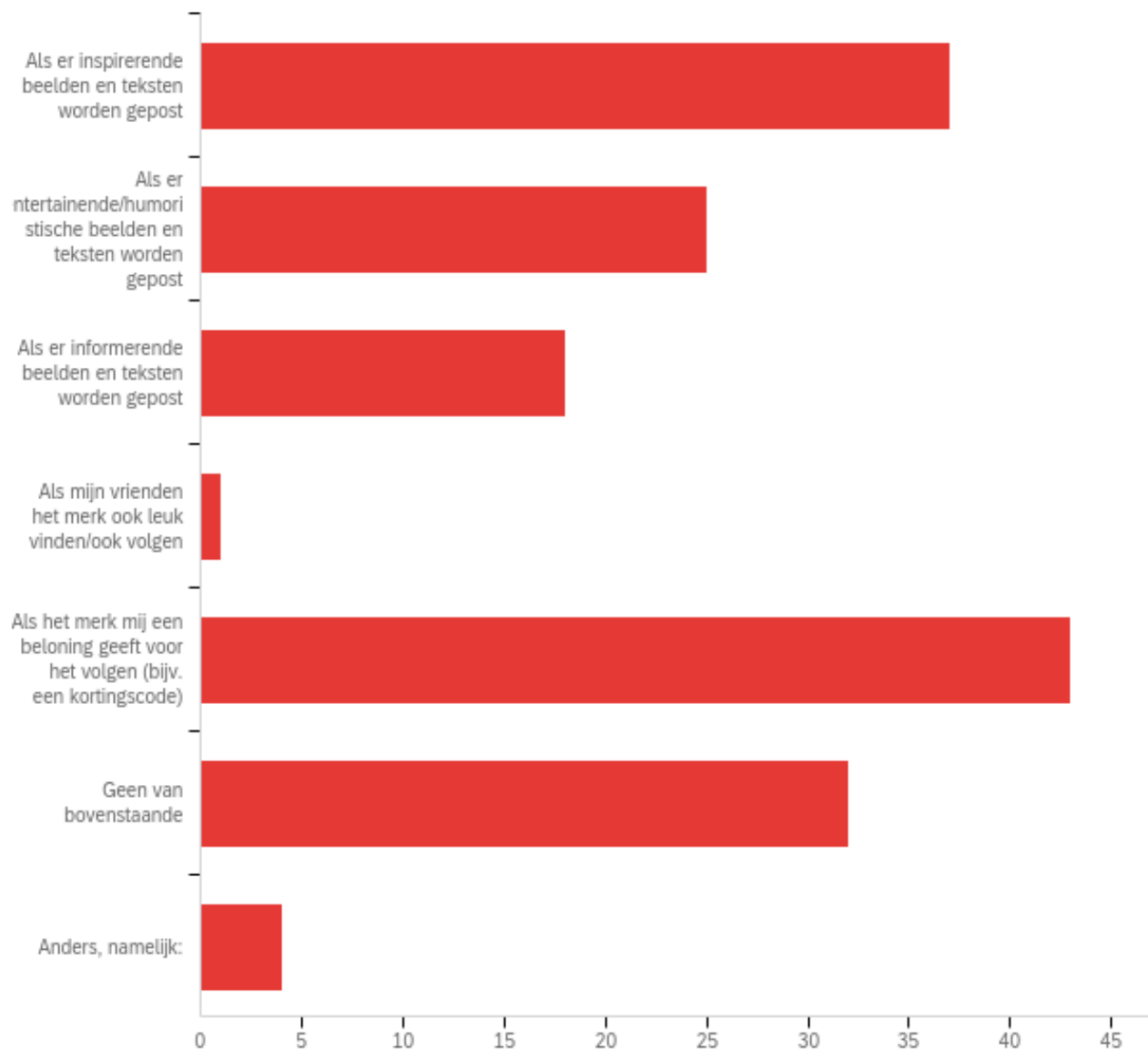
Ik volg alleen bepaalde winkels via mail

Wanneer ik kleding nodig heb, ga ik hier pas specifiek naar op zoek

Spam

Ik vind het leuker om naar een winkel te gaan.

Q15 - Wat zou je kunnen aanzetten tot het volgen van kledingmerk(en) en/of kledingwinkel(s) via sociale media? Hierbij zijn meerdere antwoorden mogelijk. Vink aan wat voor jou van toepassing is. (N = 116)



#	Answer	%	Count
1	Als er inspirerende beelden en teksten worden gepost	23.13%	37
2	Als er entertainende/humoristische beelden en teksten worden gepost	15.63%	25
3	Als er informerende beelden en teksten worden gepost	11.25%	18
4	Als mijn vrienden het merk ook leuk vinden/ook volgen	0.63%	1
5	Als het merk mij een beloning geeft voor het volgen (bijv. een kortingscode)	26.88%	43

6	Geen van bovenstaande	20.00%	32
7	Anders, namelijk:	2.50%	4
	Total	100%	160

Q16_7_TEXT - Anders, namelijk:

Anders, namelijk: - Tekst

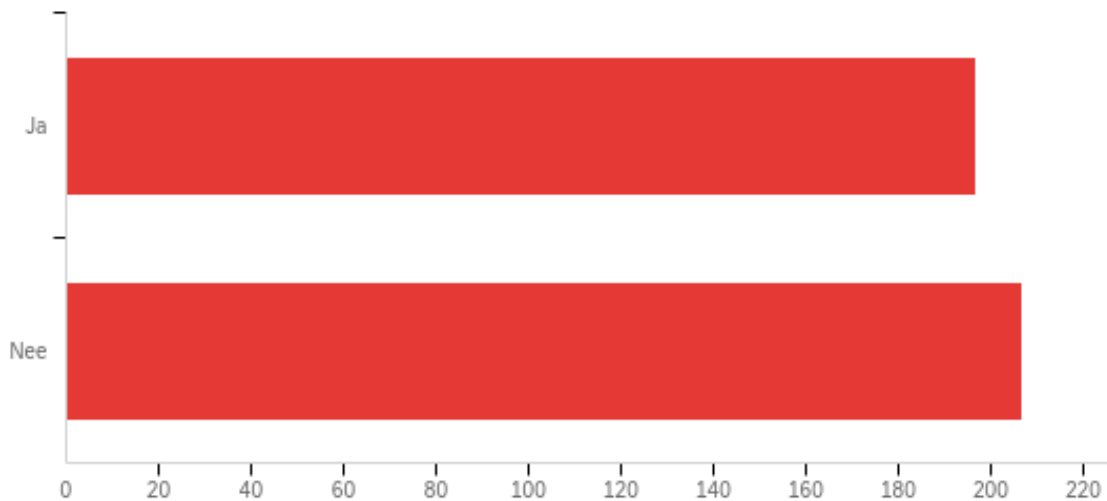
aanbiedingen

niet dagelijks posten, maar bijvoorbeeld 1x per week een highlight

Duurzaamheid. Wat minder de consumptiemaatschappij stimuleren. niet alleen maar nieuw spul kopen.

Wanneer een bedrijf een winactie heeft waarbij je moet volgen volg ik vaak zolang de winactie loopt

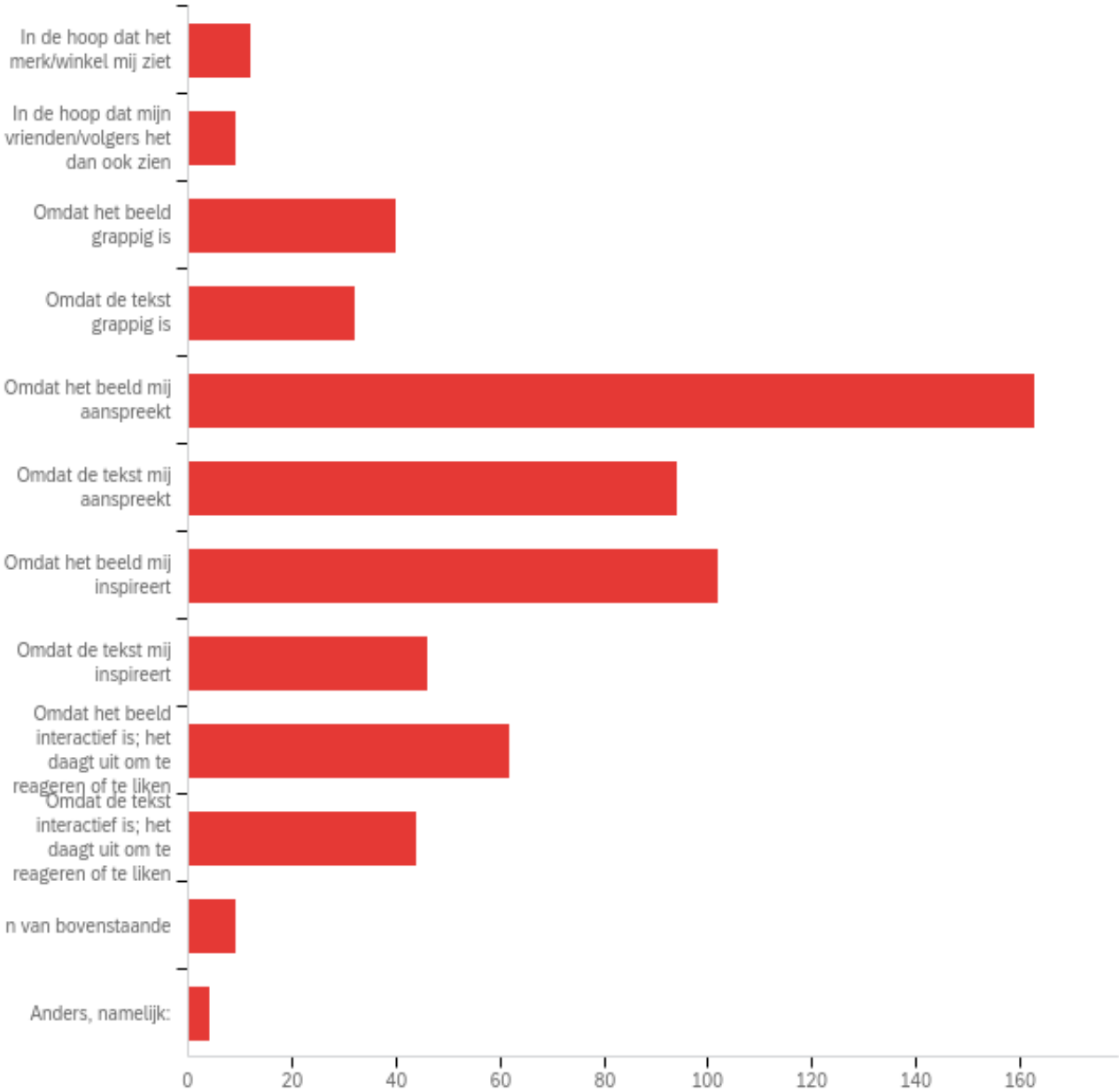
Q16 - Schrijft je weleens een reactie of geef je weleens een like aan berichten van kledingmerk(en) en/of kledingwinkel(s) op sociale media? (N = 404)



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Schrijft je weleens een reactie of geef je weleens een like aan berichten van kledingmerk(en) en/of kledingwinkel(s) op sociale media?	1.00	2.00	1.51	0.50	0.25	404

#	Answer	%	Count
1	Ja	48.76%	197
2	Nee	51.24%	207
	Total	100%	404

Q17 - Waarom geef je weleens een like of schrijf je een reactie op berichten van kledingmerk(en) en/of kledingwinkel(s) op sociale media? Hierbij zijn meerder antwoorden mogelijk.Let op: indien bij een of meerdere van de uitspraken, tekst én beeld beide naar jouw smaak is, vink dan beide aan. (N = 194)



#	Answer	%	Count
1	In de hoop dat het merk/winkel mij ziet	1.94%	12
2	In de hoop dat mijn vrienden/volgers het dan ook zien	1.46%	9
3	Omdat het beeld grappig is	6.48%	40

4	Omdat de tekst grappig is	5.19%	32
5	Omdat het beeld mij aanspreekt	26.42%	163
6	Omdat de tekst mij aanspreekt	15.24%	94
7	Omdat het beeld mij inspireert	16.53%	102
8	Omdat de tekst mij inspireert	7.46%	46
9	Omdat het beeld interactief is; het daagt uit om te reageren of te liken	10.05%	62
10	Omdat de tekst interactief is; het daagt uit om te reageren of te liken	7.13%	44
11	Geen van bovenstaande	1.46%	9
12	Anders, namelijk:	0.65%	4
	Total	100%	617

Q19_12_TEXT - Anders, namelijk:

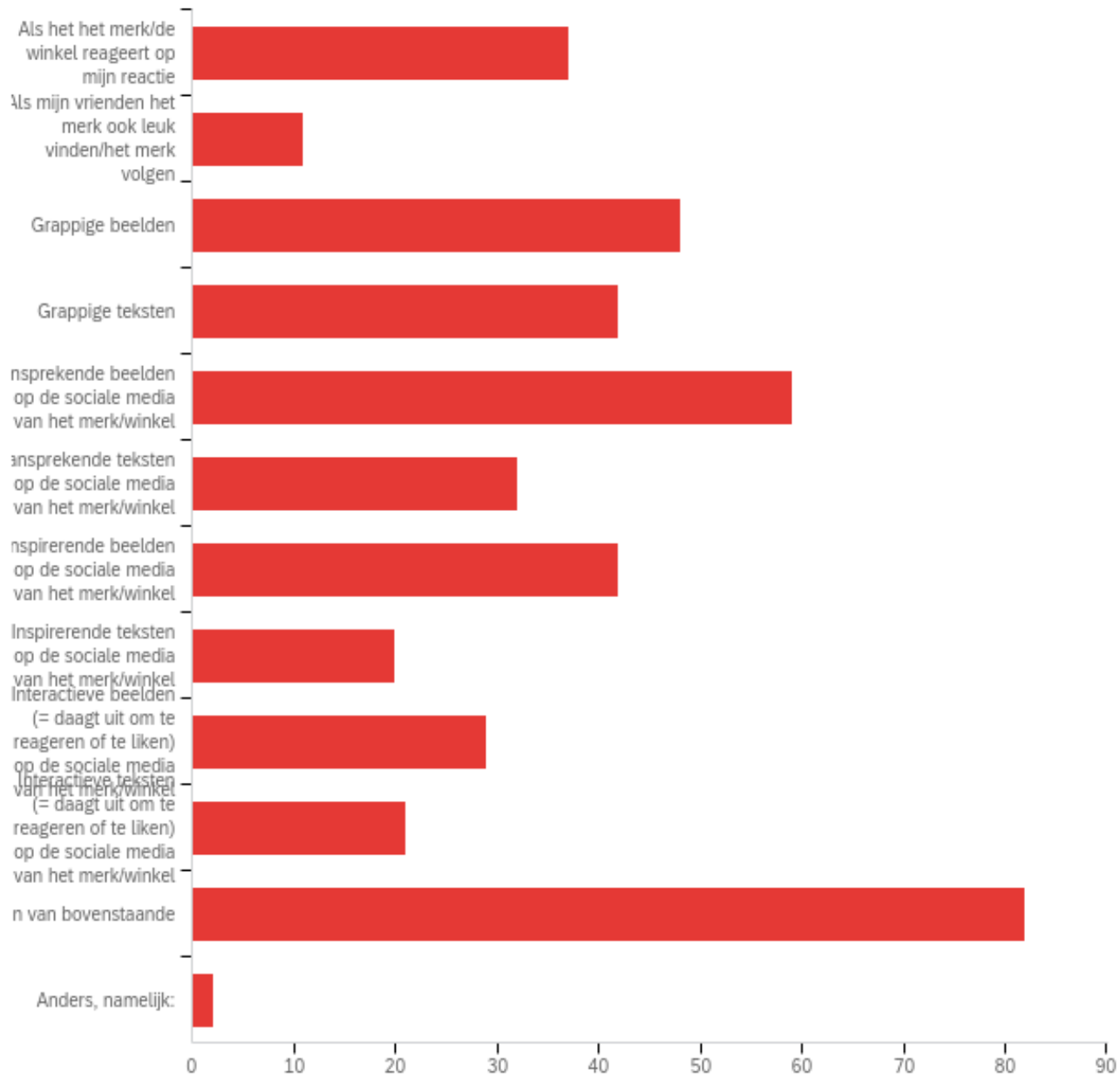
Anders, namelijk: - Tekst

Als de winkeleigenaar een bekende is

Ook om bijvoorbeeld winacties

Recensie op artikel schrijven

Q18 - Wat zou je kunnen aanzetten tot het liken en/of reageren op berichten van kledingmerk(en) en/of kledingwinkel(s) via sociale media? Hierbij zijn meerder antwoorden mogelijk. Let op: indien bij een of meerdere van de uitspraken, tekst én beeld beide naar jouw smaak is, vink beide aan. (N = 207)



#	Answer	%	Count
1	Als het het merk/de winkel reageert op mijn reactie	8.71%	37
2	Als mijn vrienden het merk ook leuk vinden/het merk volgen	2.59%	11
3	Grappige beelden	11.29%	48

4	Grappige teksten	9.88%	42
5	Aansprekende beelden op de sociale media van het merk/winkel	13.88%	59
6	Aansprekende teksten op de sociale media van het merk/winkel	7.53%	32
7	Inspirerende beelden op de sociale media van het merk/winkel	9.88%	42
8	Inspirerende teksten op de sociale media van het merk/winkel	4.71%	20
9	Interactieve beelden (= daagt uit om te reageren of te liken) op de sociale media van het merk/winkel	6.82%	29
10	Interactieve teksten (= daagt uit om te reageren of te liken) op de sociale media van het merk/winkel	4.94%	21
11	Geen van bovenstaande	19.29%	82
12	Anders, namelijk:	0.47%	2
	Total	100%	425

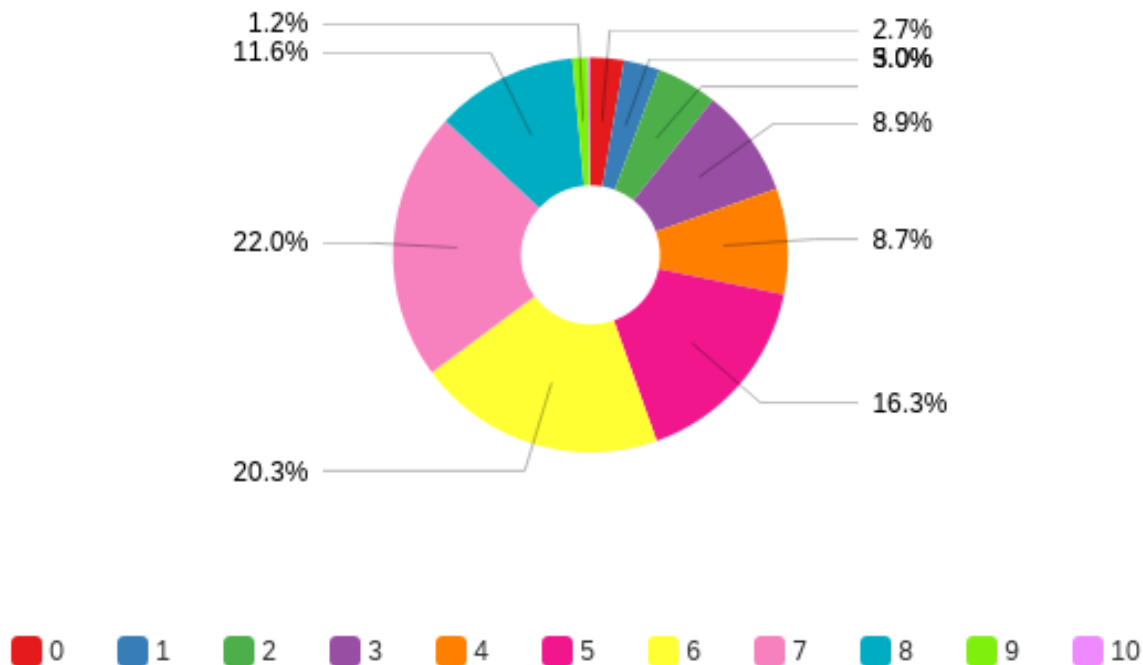
Q20_12_TEXT - Anders, namelijk:

Anders, namelijk: - Tekst

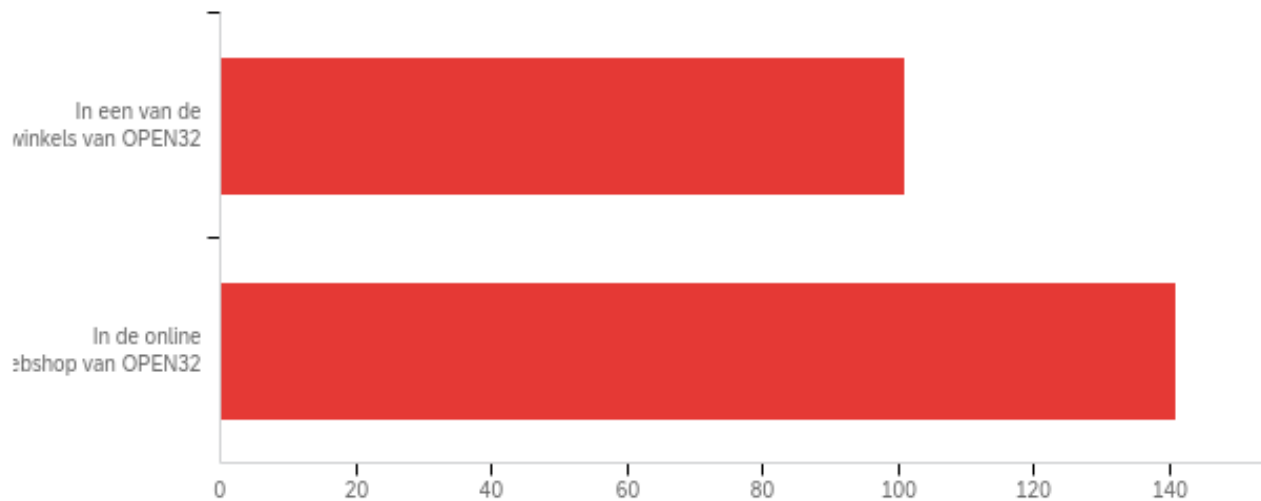
als ik heel erg fan ben van een kledingmerk, maar dat is niet het geval ;) Voor de kinderen overigens wel dus die merken zal ik sneller volgen.

Wanneer een service opvallend goed is.

Q19 - Hoe groot is de kans dat u, naar aanleiding van een sociale media bericht, het gepromote kledingstuk of accessoire ook daadwerkelijk aanschaft? (N = 404)



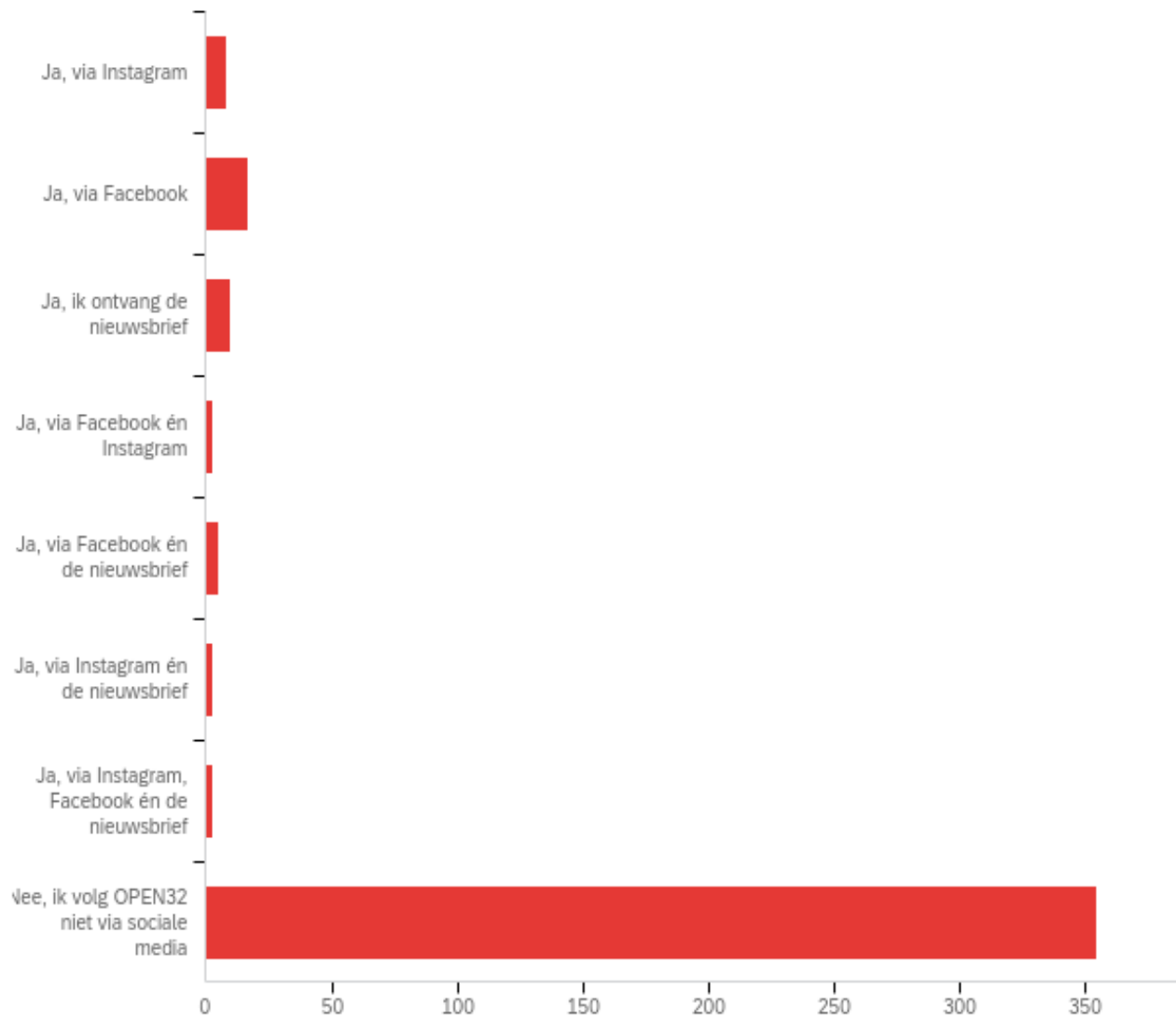
Q20 - Stel je zou het gepromote kledingstuk of accessoire daadwerkelijk willen aanschaffen, waar zou je het item kopen? (N = 242)



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Stel je zou het gepromote kledingstuk of accessoire daadwerkelijk willen aanschaffen, waar zou je het item kopen?	1.00	2.00	1.58	0.49	0.24	242

#	Answer	%	Count
1	In een van de winkels van OPEN32	41.74%	101
2	In de online webshop van OPEN32	58.26%	141
	Total	100%	242

Q21 - Volg je OPEN32 op sociale media? (N = 404)

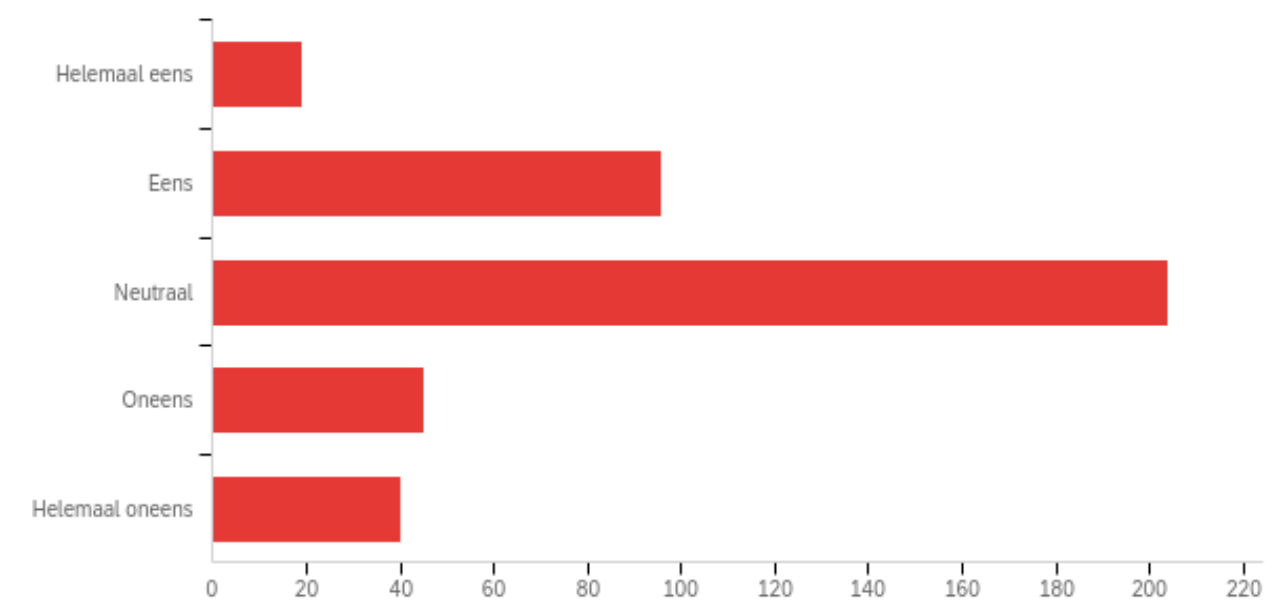


#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Volg je OPEN32 op sociale media?	1.00	8.00	7.40	1.73	3.01	404

#	Answer	%	Count
1	Ja, via Instagram	1.98%	8
2	Ja, via Facebook	4.21%	17
3	Ja, ik ontvang de nieuwsbrief	2.48%	10

4	Ja, via Facebook én Instagram	0.74%	3
5	Ja, via Facebook én de nieuwsbrief	1.24%	5
6	Ja, via Instagram én de nieuwsbrief	0.74%	3
7	Ja, via Instagram, Facebook én de nieuwsbrief	0.74%	3
8	Nee, ik volg OPEN32 niet via sociale media	87.87%	355
	Total	100%	404

Q22 - Stelling: Ik vind het leuk als OPEN32 samenwerkingen heeft met influencers op de sociale media van OPEN32. (N = 404)



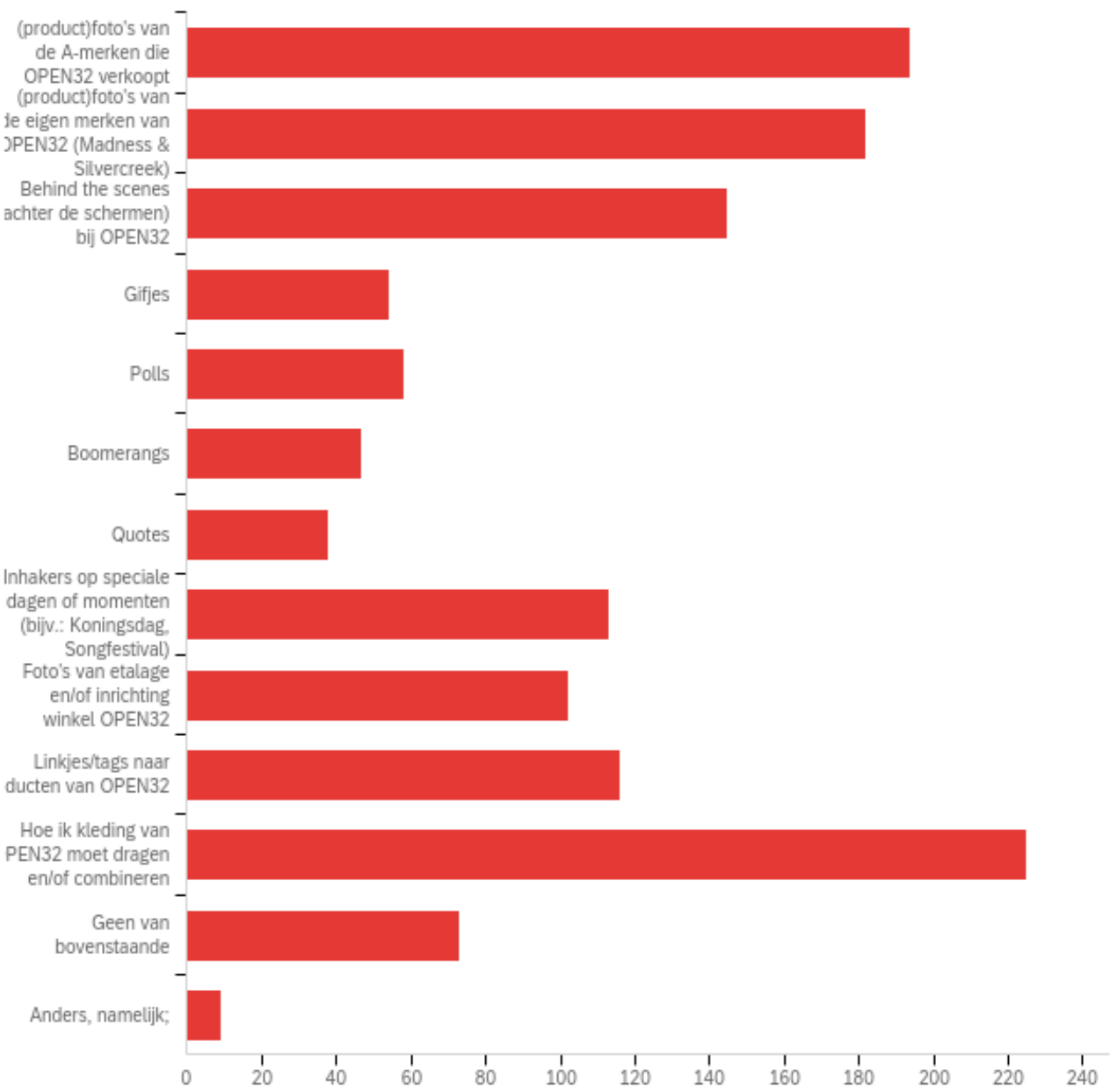
#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Jij bent het hiermee...	1.00	5.00	2.98	0.97	0.93	404

#	Answer	%	Count
1	Helemaal eens	4.70%	19
2	Eens	23.76%	96
3	Neutraal	50.50%	204
4	Oneens	11.14%	45
5	Helemaal oneens	9.90%	40
	Total	100%	404

Q23 - Wat zou je willen zien bij OPEN32 op de sociale media? Hierbij zijn meerdere antwoorden mogelijk. (N = 404)

Uitleg gifje: dit zijn korte bewegende beelden

Uitleg boomerang: dit zijn video's waarbij het beeld binnen een seconde afgespeeld en weer teruggespoeld wordt. Deze beweging van 1 seconde wordt achter elkaar herhaald.



#	Answer	%	Count
1	(product)foto's van de A-merken die OPEN32 verkoopt	14.31%	194

2	(product)foto's van de eigen merken van OPEN32 (Madness & Silvercreek)	13.42%	182
3	Behind the scenes (achter de schermen) bij OPEN32	10.69%	145
4	Gifjes	3.98%	54
5	Polls	4.28%	58
6	Boomerangs	3.47%	47
7	Quotes	2.80%	38
8	Inhakers op speciale dagen of momenten (bijv.: Koningsdag, Songfestival)	8.33%	113
9	Foto's van etalage en/of inrichting winkel OPEN32	7.52%	102
10	Linkjes/tags naar producten van OPEN32	8.55%	116
11	Hoe ik kleding van OPEN32 moet dragen en/of combineren	16.59%	225
12	Geen van bovenstaande	5.38%	73
13	Anders, namelijk;	0.66%	9
	Total	100%	1356

Q23_13_TEXT - Anders, namelijk;

Anders, namelijk; - Tekst

Ik ken die winkel niet

Eigenheid. Doe eens wat anders dan de rest (als dat bij je waarden past dan.. ik ken OPEN32 wat dat betreft niet zo)

Video's van de kleding.

Info over hoe kleding wordt gemaakt

Ik ken open 32 niet,maar ga zo zeker kijken

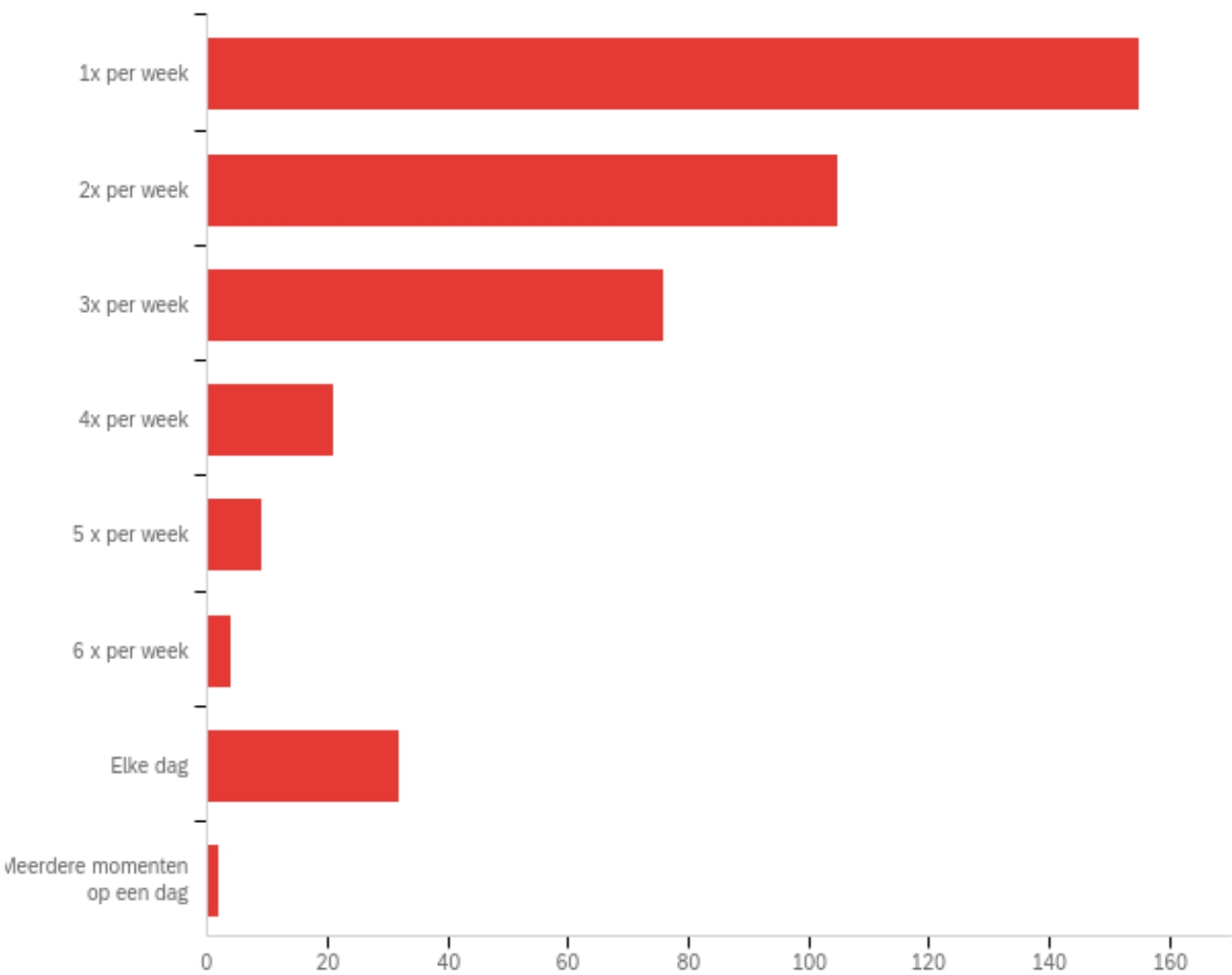
Verschillende how to style of bepaalde lookjes zijn leuk

Open 32 spreekt mij totaal niet aan.

Storytelling werkt altijd

Reposts van klanten

Q24 - Hoe vaak zou je een bericht op de sociale kanalen van OPEN32 willen zien? (N = 404)

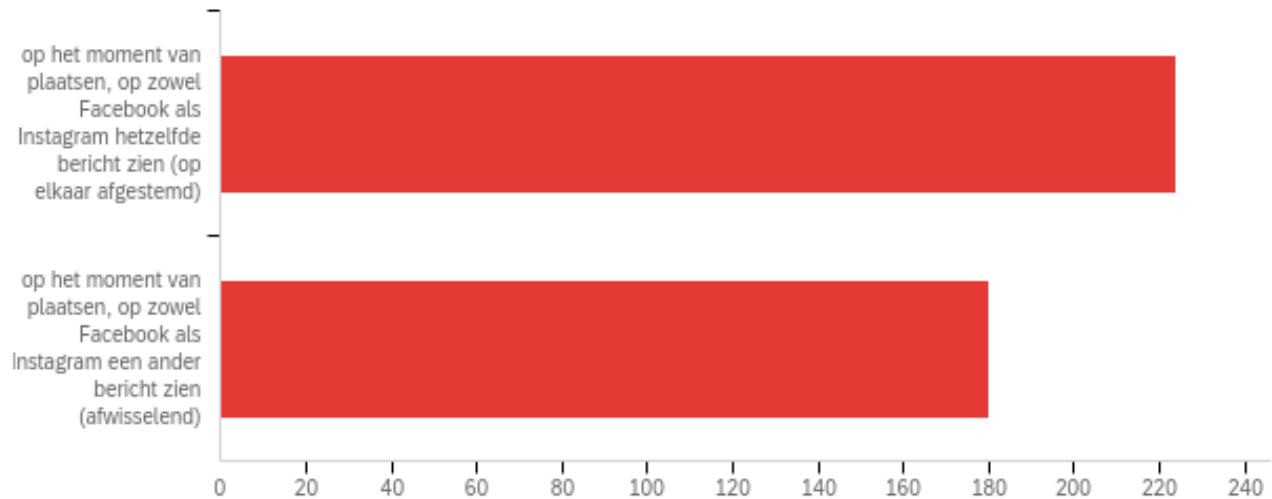


#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Hoe vaak zou je een bericht op de sociale kanalen van OPEN32 willen zien?	1.00	8.00	2.44	1.76	3.10	404

#	Answer	%	Count
1	1x per week	38.37%	155
2	2x per week	25.99%	105
3	3x per week	18.81%	76

4	4x per week	5.20%	21
5	5 x per week	2.23%	9
6	6 x per week	0.99%	4
7	Elke dag	7.92%	32
8	Meerdere momenten op een dag	0.50%	2
	Total	100%	404

Q25 - Wanneer OPEN32 een bericht plaatst, wil je dan.... (N = 404)



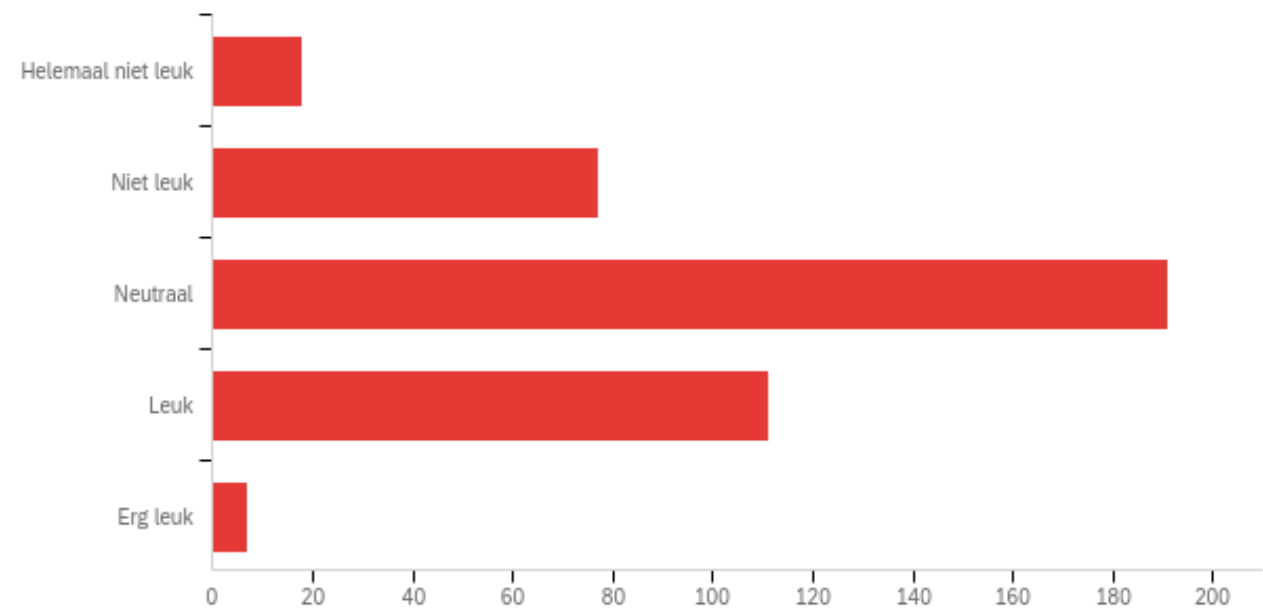
#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Wanneer OPEN32 een bericht plaatst, wil je dan....	1.00	2.00	1.45	0.50	0.25	404

#	Answer	%	Count
1	op het moment van plaatsen, op zowel Facebook als Instagram hetzelfde bericht zien (op elkaar afgestemd)	55.45%	224
2	op het moment van plaatsen, op zowel Facebook als Instagram een ander bericht zien (afwisselend)	44.55%	180
	Total	100%	404

Q26 - Ik vind deze afbeelding..... (N = 404)



Figuur 1. Imagobeeld OPEN32



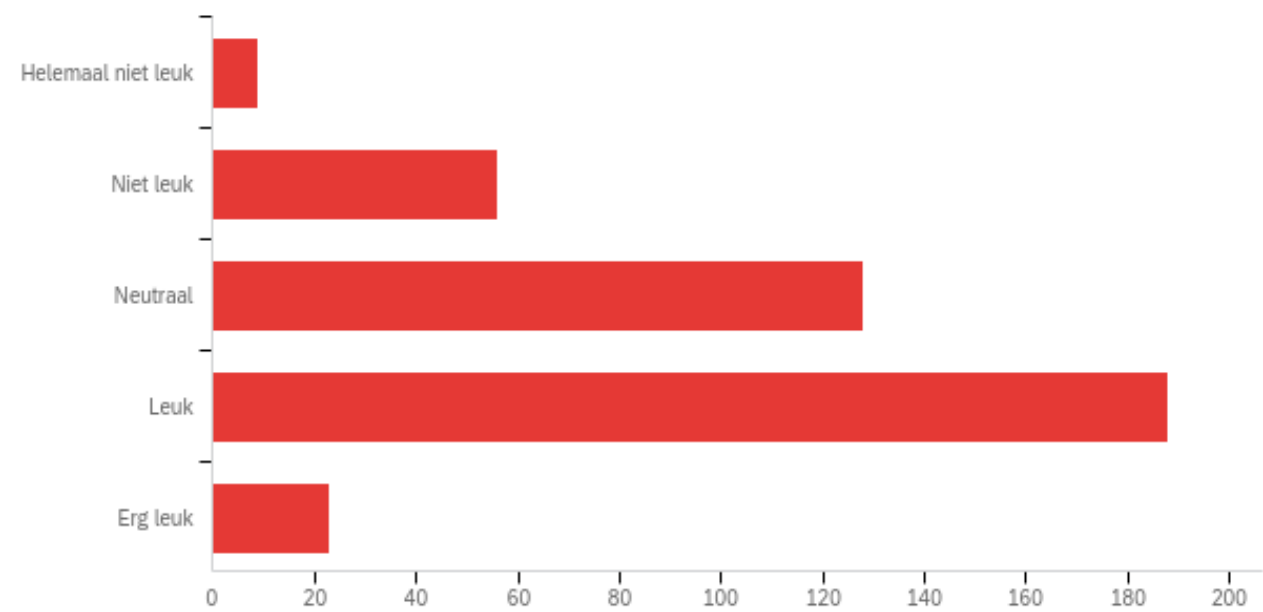
#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Ik vind deze afbeelding.....	1.00	5.00	3.03	0.84	0.71	404

#	Answer	%	Count
1	Helemaal niet leuk	4.46%	18
2	Niet leuk	19.06%	77
3	Neutraal	47.28%	191
4	Leuk	27.48%	111
5	Erg leuk	1.73%	7
	Total	100%	404

Q27 - Ik vind deze afbeelding..... (N = 404)



Figuur 2. Imagobeeld De Bijenkorf



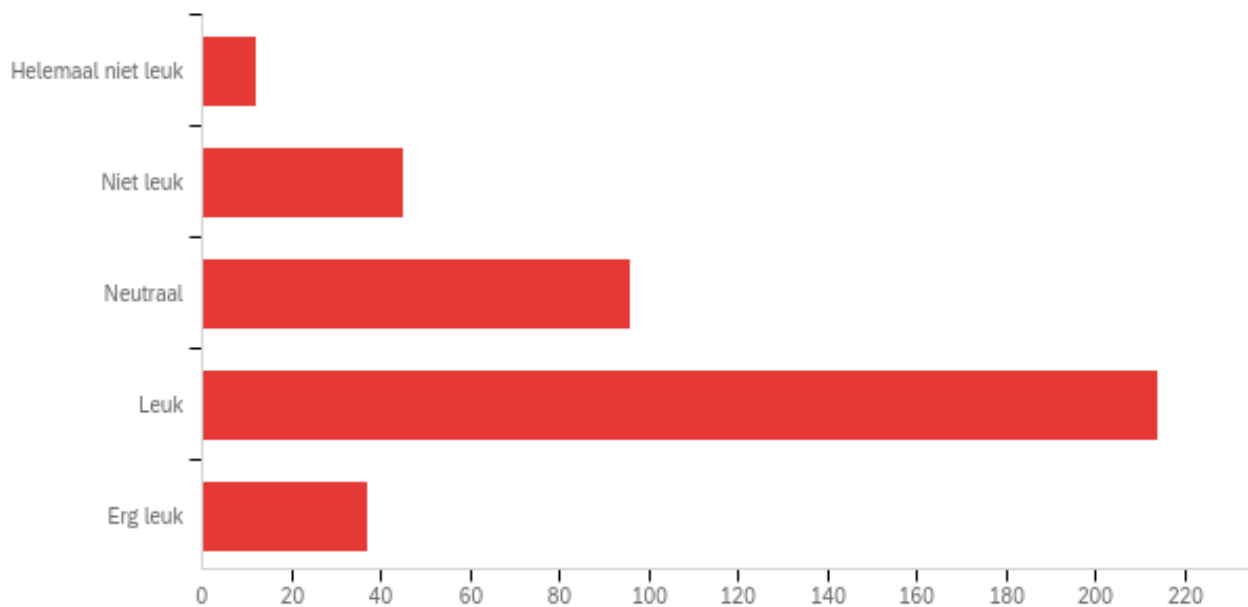
#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Ik vind deze afbeelding.....	1.00	5.00	3.40	0.87	0.76	404

#	Answer	%	Count
1	Helemaal niet leuk	2.23%	9
2	Niet leuk	13.86%	56
3	Neutraal	31.68%	128
4	Leuk	46.53%	188
5	Erg leuk	5.69%	23
	Total	100%	404

Q28 - Ik vind deze afbeelding..... (N = 404)



Figuur 3. Imagobeelden Shoeby



#	Field	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation	Variance	Count
1	Ik vind deze afbeelding.....	1.00	5.00	3.54	0.91	0.83	404

#	Answer	%	Count
1	Helemaal niet leuk	2.97%	12
2	Niet leuk	11.14%	45
3	Neutraal	23.76%	96
4	Leuk	52.97%	214
5	Erg leuk	9.16%	37
	Total	100%	404