

Ideeën voor growth hacking

Growth hack ideeën voor gebruikers:

- Micro influencers met kortingscodes
- Account aanmaken als je op de website komt
- In de app naar de website toe verwijzen voor korting
- Pushberichten sturen via app als er een nieuwe box is
- Winacties opzetten en kortingscode als je een nieuw account aanmaakt

Growth hack ideeën voor impressies:

- Partners benoemen ons op hun websites/ socials
- Consistenter posten
- Micro influencers inschakelen met kortingscodes
- Gebruik maken van keywords in blogs
- Tiktok trends gebruiken in content
- Pop up doos met spiegels om foto's in te maken van je OOTD
- Pop up doos waarin we verschillende stijlen kunnen projecteren op de bezoeker via een spiegel. Deze stijlen bestaan uit artikelen van onze partners.
- In de doos een kaartje met deel je outfit

KPI's definiëren

KPI's moeten SMART zijn: Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdsgebonden.

1. We willen groei in bezoekers van onze website

S – We willen dat onze website meer bezocht gaat worden door nieuwe gebruikers zodat dit onze naamsbekendheid kan vergroten

M – Aangezien onze beperkte tijdslimiet willen we 15 extra sitebezoekers genereren.

A – Wij denken dat dit doel haalbaar is doordat we zelf ook een klein netwerk hebben en in onze vorige week al 1000 views hebben behaald op onze video's op TikTok en we hier denken een kleine hoeveelheid van kijkers naar onze website kunnen trekken of door onze SEO gekozen termwoorden.

R – Dit is een zeer realistisch doel om te halen aangezien we Google Analytics aan onze website kunnen koppelen dus kunnen we inzicht krijgen in de hoeveelheid nieuwe bezoekers van onze site en deze op lange termijn kunnen vergelijken met eerdere bezoekersaantallen.

T – we hebben hier een week voor zodat we dit donderdag in de eindpresentatie kunnen presenteren en vrijdag eventueel feedback kunnen verwerken.

2. We willen meer impressies/weergaven op onze social media posts

S – We willen meer impressies op social media. Het liefst door personen die nog niet bekend zijn met onze brand zodat dit onze naamsbekendheid kan vergroten.

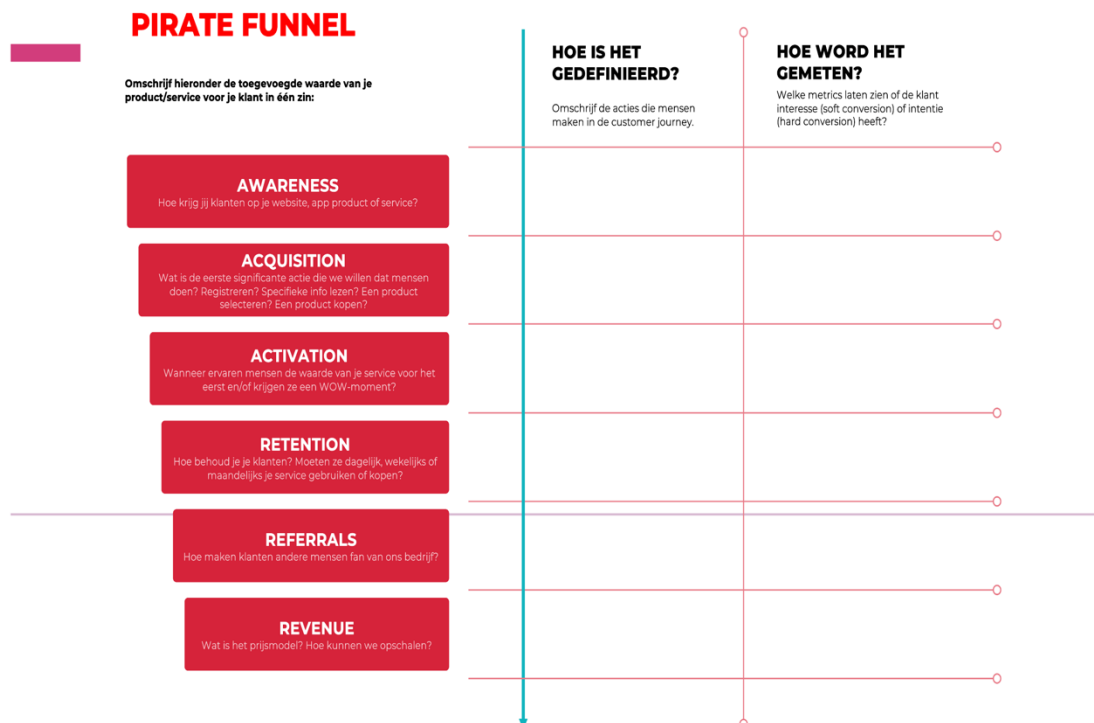
M – We willen onze weergaven proberen te verdubbelen in 1 week tijd.

A – Wij denken dat dit doel haalbaar is doordat vorige week al 1000 views hebben behaald op onze video's op TikTok en dit was al meer dan verwacht dus als we onderzoek kunnen implementeren dan denk ik dat we dit zeker kunnen verbeteren.

R – Ook dit is een realistisch doel omdat we met de marketingtools van TikTok en Instagram kunnen zien hoeveel weergaven we totaal hebben gegenereerd met onze posts. Dit kunnen we dus bijhouden en vergelijken met eerdere nummers.

T – we hebben hier een week voor zodat we dit donderdag in de eindpresentatie kunnen presenteren en vrijdag eventueel feedback kunnen verwerken.

Pirate funnel uitwerken



Pirate funnel:	Hoe is het gedefinieerd?	Hoe wordt het gemeten?
Awareness	We krijgen mensen op de website door gebruik te maken van keywords. We krijgen mensen op social media door # te gebruiken en door in het algoritme terecht te komen.	Kijken hoe vaak mensen het keyword hebben opgezocht en hierdoor op onze pagina terecht zijn gekomen.
Acquisition	De eerste stap die de doelgroep wil nemen is de app downloaden en daarin een account aanmaken.	Hoeveel mensen de app hebben gedownload
Activation	Wanneer ze voor het eerst een box ophalen en open maken.	In de app kan je meten hoeveel mensen een code van een box hebben geactiveerd en hebben betaald.
Retention	Door app notificaties komen ze terug. Dit kan wanneer er een box beschikbaar is.	Metten hoe vaak de app is geopend via een app notificatie
Referrals	Reposten van onze content, evt doormiddel van een winactie waarbij mensen moeten reposten op hun story	Kijken naar de shares op Instagram
Revenue	De prijs van 1 box is bepalend met de kleding keten die de mystery box aan geeft en we kunnen eventueel opschalen door middel van het vergroten van de mystery boxen of duurdere merken aan de haak te slaan.	Metten welke winkel box het meest wordt verkocht

The ICE-model:

Taak	Wat	Mimosa	Plene	Lema	Ruben			
Micro influencers met kortingscodes	Impact	8	7	7	8	7,5		
	Confidence	9	8	8	9	8,5		
	Ease	8	8	8	6	7,5	478,125	
Account aanmaken als je op de website komt	Impact	5	5	5	5	5		
	Confidence	4	4	4	4	4		
	Ease	8	8	8	8	8	160	
In de app naar de website toe verwijzen voor korting	Impact							
	Confidence							
	Ease							
Pushberichten sturen via app als er een nieuwe box is	Impact	8	8	8	10	8,5		
	Confidence	9	9	9	9	9		
	Ease	7	7	8	3	6,25	478,125	
Kortingscode als je een nieuw account aanmaakt	Impact	9	9	9	9	9		
	Confidence	9	9	9	9	9		
	Ease	5	6	6	4	5,25	425,25	
Partners benoemen ons op hun websites/ socials	Impact	10	10	10	7	9,25		
	Confidence	10	10	10	10	10		
	Ease	3	4	4	4	3,75	346,875	
Consistenter posten	Impact	7	9	8	10	8,5		
	Confidence	7	9	8	9	8,25		
	Ease	9	9	8	8	8,5	596,0625	
Micro influencers inschakelen met kortingscodes	Impact							
	Confidence							
	Ease							
Gebruik maken van keywords in blogs	Impact	8	8	7	8	7,75		
	Confidence	7	7	6	6	6,5		
	Ease	7	7	7	7	7	352,625	
Tiktok trends gebruiken in content	Impact	8	9	8	7	8		
	Confidence	9	9	9	7	8,5		
	Ease	9	9	9	8	8,75	595	
Pop up doos met spiegels om foto's in te maken van je OOTD	Impact	8	8	8	7	7,75		
	Confidence	8	8	8	7	7,75		
	Ease	3	4	3	3	3,25	195,203125	
Pop up doos waarin we verschillende stijlen kunnen projecteren op de bezoeker via een spiegel. Deze stijlen bestaan uit artikelen van onze partners.	Impact	8	9	8	9	8,5		
	Confidence	8	8	8	8	8		
	Ease	2	2	2	1	1,75	119	
In de doos een tekstje met QR van deel je outfit	Impact	6	6	6	7	6,25		
	Confidence	5	6	6	8	6,25		
	Ease	10	10	10	10	10	390,625	

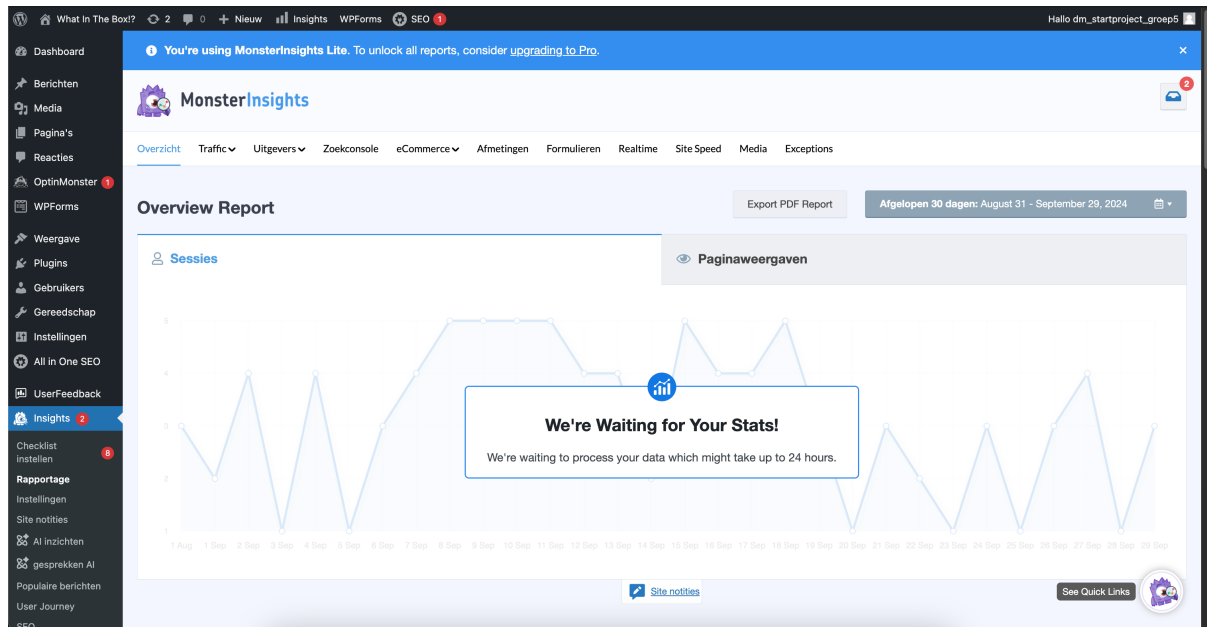
	Impact	Confidence	Ease	Score
1. Consistenter posten	8,5	8,25	8,5	596
2. Pushberichten sturen via app als er een nieuwe box is	8,5	9	6,25	478
3. Micro influencers met kortingscodes	7,5	8,5	7,5	478
4. Kortingscode als je een nieuwe account aanmaakt	9	9	5,25	425
5. In de doos een tekst met QR van deel je outfit	6,25	6,25	10	390

Google analytics

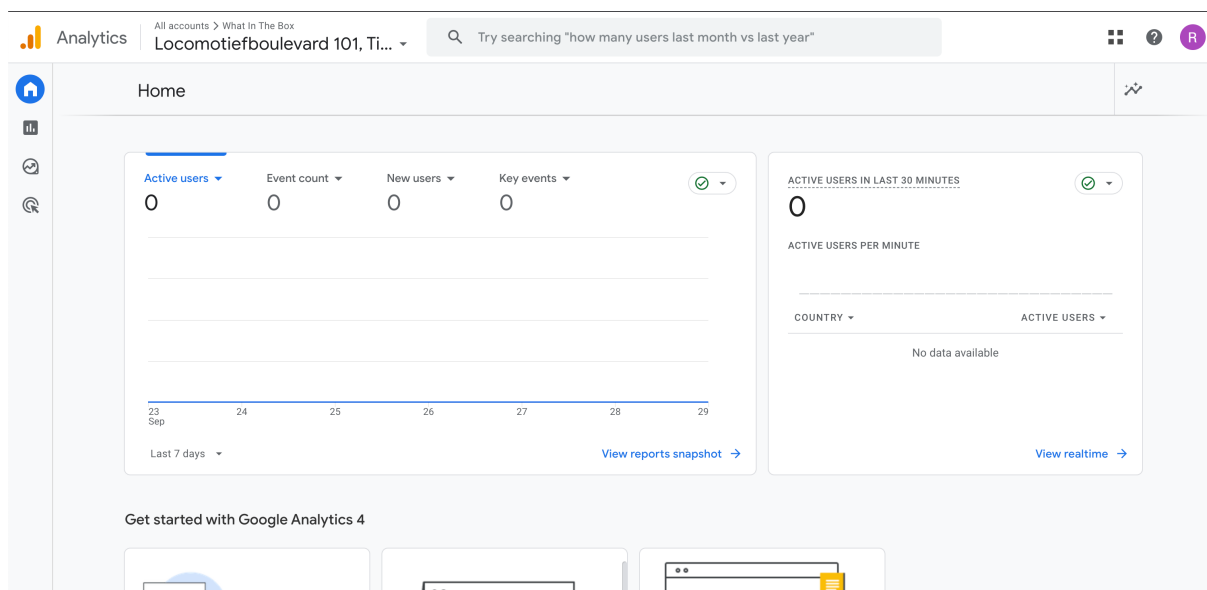
Toegang tot Google Analytics dashboard (Google-account):

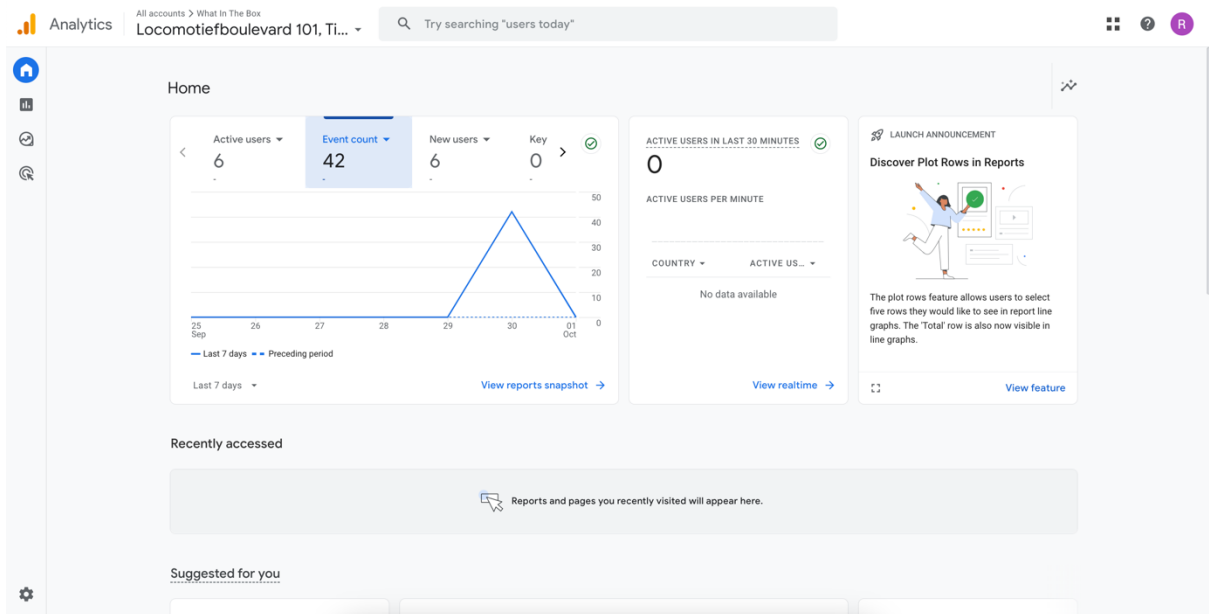
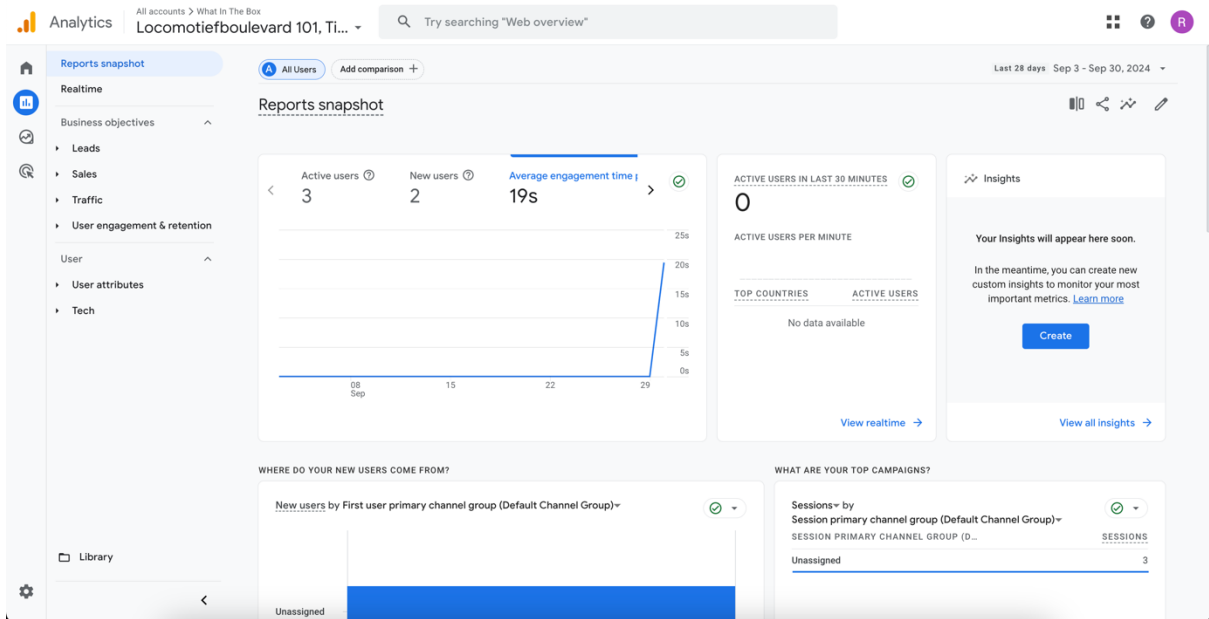
E-mailadres: 484553@student.fontys.nl

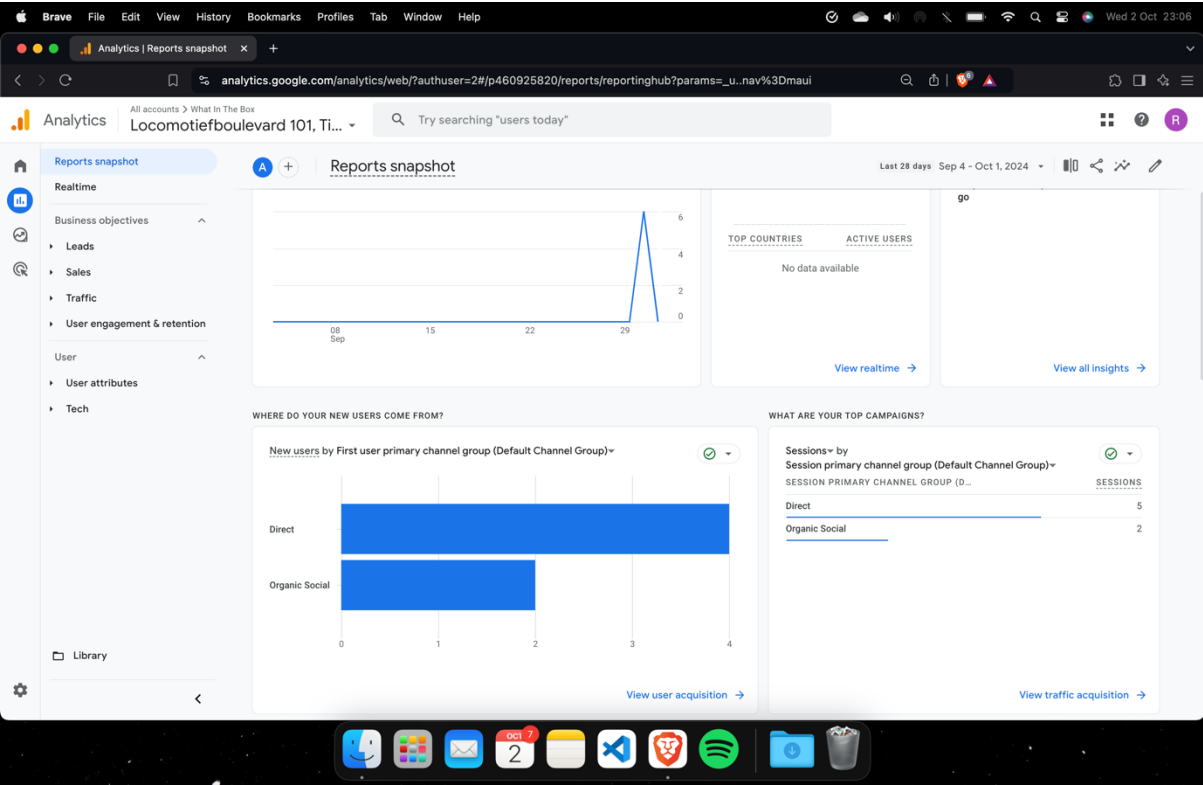
Wachtwoord: ulRdiTypECip



We kunnen deze informatie dadelijk ook terugvinden in het dashboard van Google Analytics (met de inloggegevens): <https://analytics.google.com/analytics/web/>







Views by Page title and screen class	
PAGE TITLE AND SCREEN CLASS	VIEWS
What In The Box!? - Seriously, what's...	7
Over What In The Box - What In The ...	6
Kleding - What In The Box!?	2
Veelgestelde vragen - What In The B...	2

Growth experience outline

Idee 1: Push meldingen

- 1. Experiment beschrijving

Bij dit experiment gaan we een enquête maken die wordt uitgestuurd naar onze doelgroep om te kijken of pushmeldingen helpen met het verhogen van de activiteit in de app. De doelgroep is tussen de 18 en 34 jaar en we maken de enquête met Survio.

2. Visualiseer

-

3. Onderzoekscontext

Op basis van onze KPI's willen we een onderzoek doen over push meldingen zodat we kunnen meten of onze doelgroep wordt beïnvloed door de push melding en dan eventueel de app weer opent. Dit geeft ons inzicht op de doelgroep en hoe vaak en waar door de app wordt geopend.

4. Succes-/ faal criterium

Het onderzoek is succes als de doelgroep de pushmeldingen gebruikt om naar onze app te komen.

Het onderzoek is gefaald als de doelgroep niet reageert op de pushmeldingen en als ze de pushmeldingen uitzetten.

5. Eerste actiepunten

Stap 1: maak een plan met wat de KPI-doelen zijn

Stap 2: besluit wat de context van het onderzoek gaat worden en kies een methode om het onderzoek af te nemen

Stap 3: Nadat de survey methode is besloten maak de vragen die worden gebruikt in het onderzoek

Stap 4: Maak de survey

Stap 5: zoek de doelgroep op en zorg dat de survey wordt afgenomen

Stap 6: Analyseer de antwoorden van het onderzoek en bepaal of het succesvol was

Idee 2: QR-code in de mystery box

1. Experiment beschrijving

Bij dit experiment gaan we een enquête maken die wordt uitgestuurd naar onze doelgroep om te kijken of een QR-code in de mystery box wordt geopend. De doelgroep is tussen de 18 en 34 jaar en we maken de enquête met Survio. De QR-code gaat naar

Instagram waar de doelgroep een foto kan plaatsen met de outfit die ze in de mystery box vinden.

2. Visualiseer



3. Onderzoekscontext

Op basis van onze KPI's willen we een onderzoek doen over push meldingen zodat we kunnen meten of onze doelgroep wordt beïnvloed door de push melding en dan eventueel de app weer opent. Dit geeft ons inzicht op de doelgroep en hoe vaak en waar door de app wordt geopend.

4. Succes-/ faal criterium

Het onderzoek is succes als de doelgroep de QR-code scant en dan ons Instagram vindt en onze post bekijkt.

Het onderzoek is gefaald als de doelgroep niet de QR-code scant en niet naar onze instagram gaat.

5. Eerste actiepunten

Stap 1: maak een plan met wat de KPI-doelen zijn

Stap 2: besluit wat de context van het onderzoek gaat worden en kies een methode om het onderzoek af te nemen

Stap 3: Nadat de survey methode is besloten maak de vragen die worden gebruikt in het onderzoek

Stap 4: Maak de survey

Stap 5: zoek de doelgroep op en zorg dat de survey wordt afgenomen

Stap 6: Analyseer de antwoorden van het onderzoek en bepaal of het succesvol was