

Resultaten online enquête

OVER HET VERBETEREN VAN DE COMMUNICATIE VAN DE BAK VAN BOEMELDONCK



Achtergrond

“Hoe kunnen we nog effectiever communiceren met diverse stakeholders?”

Met deze vraag is de communicatiecommissie van de BAK van Boemeldonck van start gegaan in september 2021.

Zo wordt er momenteel gewerkt aan een nieuwe strategische marketing- en communicatie aanpak. Dit is een meerjarenplan met als kick-off: seizoen 2022/2023. Dat doet de commissie niet alleen. Maar samen voor, door en met Boemeldonckers.

Om input op te halen voor de nieuwe strategie en inzicht te krijgen in behoefte en mediagebruik van de doelgroepen worden er diverse middelen en acties uitgezet. Zo is er Boemeldonck breed een online enquête uitgezet van 1 juli 2022 t/m 10 juli 2022.

Analyse resultaten enquête

In totaal hebben 219 respondenten de enquête ingevuld, van jong (11 jaar) tot oud (80 jaar)!

In deze analyse lees je de belangrijkste uitkomsten.

Nieuwsgierig naar alle data? Bekijk dan de download met alle details en input via: https://boemeldonck.nl/images/downloads/Resultaten_data_online_enquete_BAK_Boemeldonck_2022.pdf

Algemeen

De huidige communicatie verdient een 7-. Er zijn cijfers gegeven van een 1 tot 10 waarbij het grote gemiddelde een voldoende is. Interessant voor het verbeteren van de communicatie is de toelichting bij het gegeven cijfers. 69% van de respondenten zijn lid van een (actieve) bouwclub of kapel. De overige 31% zijn mensen die lid zijn van het gevolg van de BAK, optochtkijzers of hebben een andere connectie met carnaval. 16% van alle respondenten woont niet in Prinsenbeek.

Resultaten online enquête



Informatiebehoefte en mediagebruik

Prinsenbeeknieuws is een belangrijk medium voor de BAK. Prinsenbeeknieuws wordt door alle leeftijden gevolgd. De respondenten lezen prinsenbeeknieuws geregeld. De daarna volgende social media kanalen, Facebook, Instagram en Youtube worden ook veel geraadpleegd. De overige media die door een aantal respondenten wordt aangegeven zijn BNdeStem, LinkedIn en Spotify. De focus in het gebruik op social media zijn foto's, video's en artikelen. TikTok wordt vooral gebruikt door de jongere respondenten. Het grote deel van deze doelgroep heeft geen Facebook account.

Boemeldonck online

Facebook | 67% van de respondenten volgt het facebook kanaal van de BAK. De grote meerderheid van de groep 11 tot 19 jarigen heeft geen facebook-account of volgt het kanaal niet. Reacties die meermalen voorkomen zijn;

- Handige plek om Boemeldoncks nieuws te volgen;
- Je blijft op de hoogte van de actualiteiten;
- Er mag meer aandacht komen voor al het moois wat Boemeldonck te bieden heeft;
- Prinsenbeeknieuws is vaak sneller dan de BAK kanalen.

Instagram | Iets meer dan de helft, 55%, volgt het Instagram kanaal van de BAK. De doelgroep 65+ heeft veelal geen Instagram account en volgt het nieuws liever via andere kanalen. Reacties waarom wel of niet gebruik wordt gemaakt van het Instagram kanaal zijn;

- Je blijft goed op de hoogte van alle gebeurtenissen;
- Meer ins en outs van een dag die de BAK meemaakt zou leuk zijn;
- Iemand meenemen die verslag doet;
- Niet alleen de BAK maar ook karnavalsvierders en andere initiatieven.

Website | 68% van de mensen die de enquête heeft ingevuld kijkt weleens op de website van de BAK. Dit wordt vooral gedaan voor statische informatie die je op wilt zoeken. Er wordt veel actuele informatie over activiteiten gemist. Wat de respondenten vooral op de nieuw te ontwikkelen website terug willen zien zijn een goede agenda, praktische informatie, nieuws en foto's. Reacties voor verbeterpunten zijn;

- Beter info over activiteiten, wie, wat, waar...;
- Website is verouderd en ziet er gedateerd uit;
- Gebruik vooral voor reglementen en informatie;
- Website is niet volledig en actueel;
- Actuele informatie voor bezoekers;
- Mis het fotoboek.

Resultaten online enquête



Algemene verbeterpunten

Er zijn veel waardevolle inzichten gegeven over de communicatie van de BAK. De verbeteringen die ingezet zijn afgelopen jaar worden opgemerkt. Er is al een slag gemaakt. In algemeenheid mag er meer openheid van zaken gegeven worden en moet de informatieverstrekking sneller en duidelijker. Daarbij zijn andere kanalen vaak sneller dan die van de BAK. Ook wordt de (crisis)communicatie van de calamiteiten tijdens de optocht meerdere malen aangegeven als verbeterpunt. Er is gecommuniceerd dat de optocht stilstaat of is gestaakt, maar daar is het bij gebleven. Ook hier is actualiteit, duidelijkheid en snelheid een aandachtspunt. Ook de communicatie naar clubs wordt aangehaald. Zowel richting de grote als kleine, oude en jonge clubs. Hierin is in gesprek blijven met betrokkenen een belangrijk goed.

Meenemen in advies strategie

- Kanalen en middelen benoemen per persona (doelgroep) en deze nog specifiek afstemmen op de doelgroep!
- Snellere content op social media
- Iemand meenemen als "reporter" tijdens BAK bezoeken
- Communicatie Boemeldonck breed en niet alleen de BAK
- Huisstijl verbeteren naar anno 2022/2023
- Website doorontwikkelen meer voor statische informatie en doorlinken vanuit social media
- Ontwikkelen app
- Crisiscommunicatie
- Foto's
- Communicatie richting clubs kinderoptocht en grote optocht van BKK tot A
- Meer transparantie, openheid en volledigheid
- BAC passende communicatie met doelgroep

Aanvullende suggesties? Laat het ons weten!

De communicatiecommissie wil iedereen hartelijk danken voor de input. Nog aanvullende suggesties? Neem dan gerust contact op met Maartje van Hees, president BAK communicatiecommissie via communicatie@boemeldonck.nl

#wijzijnboemeldonck.