

Verantwoordingsverslag Luuk Vermeer



Naam: Luuk Vermeer

Studentnummer: 500851811

Docent: Aldo Bloemhoff/ Dennis Blik

Bedrijf: PassaSports/ TennisDirect

Periode: 09/01/2025-28/05/2025

Inleiding

Dit verantwoordingsverslag is geschreven naar aanleiding van mijn stage bij TennisDirect, wat onderdeel is van PassaSports. Ik heb de afgelopen 5 maanden mijn derdejaars stage gelopen op de marketingafdeling. TennisDirect is een groot bedrijf in de Tennisbranche, TennisDirect is de grootste retailer van tennis gerelateerde producten in Nederland, Duitsland en België. Daarnaast is TennisDirect officieel partner van de KNLTB en het ABN Amro open. Tijdens mijn stage heb ik mij gericht op het ontwikkelen van zichtbaarheid van TennisDirect op social media, daarnaast ben ik bezig geweest met het schrijven van blogs, die ervoor zorgen dat het organisch verkeer wat naar de website komt toeneemt. Het werken aan beroepsproducten tijdens mijn stage heeft ervoor gezorgd dat ik belangrijke CE-skills heb ontwikkeld.

Inhoud

Inleiding	2
Stakeholdersanalyse	4
Resultaten	5
Werkafspraken	7
Vertegenwoordigen.....	9
Onderzoek	11
Communiceren	12
Bijlagen.....	13

Stakeholdersanalyse

Categorie	Rol	Verantwoordelijkheid
Interne stakeholders		
Willem Koopmans	CEO	Algemeen leiderschap en strategie
Jan-Willem	CFO	Financieel beheer
Mariëlle Schefers	Buying Director	Inkoopstrategie
Caroline Henneman	Marketing Director	Marketingstrategie
Wilco Koot	E-com sales Director	Online verkoop
Jeroen van der Eerden	Platform Director	Platformontwikkeling
Jonas van 't Hek	Commercial / PS Director	Commercie en klantoplossingen
Externe stakeholders		
Leveranciers	Fabrikanten en distributeurs van tennis gerelateerde producten die via TennisDirect worden aangeboden en verkocht.	Leveren van producten / communiceren van marketing, het aanleveren van content zoals via beeldbanken voor foto's, maar ook informatie over bepaalde producten.
Klanten	De klanten kopen hun producten bij TennisDirect.	Het doen van een aankoop bij TennisDirect, het leveren van mond-tot-mondreclame, het nakomen van de algemene voorwaarden en het retourneren van producten.
Cooperation	Organisaties waar TennisDirect mee samenwerkt zoals: KNLTB, ABN Amro Open, Grand slam for kids, Libema Open en amateurclubs	De rol van organisaties verschilt per partner. Bij de KNLTB gaat het bijvoorbeeld om sponsoring van competities/toernooien, terwijl het bij ABN Amro en Libema gaat om zichtbaarheid op de toernooien en het aanwezig zijn met fysieke stands.
Aandeelhouders	Aandeelhouders zijn investeerders die eigendomsrechten hebben van PassaSports, PassaSports is een Besloten Vennootschap. Ze hebben invloed op de strategische richting van het bedrijf en kunnen meebeslissen over belangrijke zakelijke kwesties, zoals investeringen en uitbreidingen.	Aandeelhouders verwachten een rendement op hun investering en houden toezicht op de prestaties van het management. Ze hebben stemrecht bij belangrijke bedrijfsbeslissingen en kunnen input geven op strategische keuzes. Daarnaast dragen ze (indirect) bij aan de financiële stabiliteit van het bedrijf door kapitaal beschikbaar te stellen.

Resultaten

1. Onderzoek naar Libéma Open

Voor het Libéma Open heb ik onderzocht hoe de zichtbaarheid in de fysieke stands verbeterd kan worden, hiervoor heb ik gegevens gebruikt van bezoekers van fysieke winkels van TennisDirect.

Meetbaar resultaat: De aanbevelingen die uit het onderzoek zijn gekomen waren nuttig voor TennisDirect, en die worden meegenomen bij de inrichting van de stands.

- Impact: Het onderzoek heeft ervoor gezorgd dat TennisDirect zich beter kan positioneren op het Libéma open ten opzichte van vorig jaar.
- Uitvoering: Ik heb het onderzoek alleen uitgevoerd, van het verzamelen van data tot de conclusies en aanbevelingen.
- Stakeholders: De aanbevelingen waren nuttig en worden meegenomen bij de inrichting van de stands voor het Libéma open.

2. Blogs op de Website

Tijdens mijn stage heb ik meerdere blogs geschreven die gericht waren op SEO. De blogs gingen over populaire tennisproducten, tips en trends. Deze blogs hadden als doel om het organisch verkeer naar de website te verhogen en de expertise van TennisDirect te gebruiken om mensen te helpen bij de koop van een product.

- Meetbaar resultaat: De blogs werden veel gelezen, en zorgden ervoor dat het verkeer op de website is toegenomen. Door een blog te schrijven over een onderwerp waar veel zoekvolume op zit krijgt de website van TennisDirect een hogere waarde in Google.
- Impact: De blogs zorgden voor een toename in zichtbaarheid bij verschillende zoekvolumes, en zorgden voor meer organisch verkeer naar de website, daarnaast blijven klanten door middel van blogs ook langer op de website hangen.
- Uitvoering: Ik was verantwoordelijk voor het bedenken en schrijven van blogs, daarnaast was ik ook verantwoordelijk voor de links, keywords en afbeeldingen, waarbij ik ook de banner boven aan de blog zelf opmaakte. De blogs werden dan gecheckt door de online marketeer en vervolgens door shopmanagement online gezet.
- Stakeholders: Het is belangrijk dat de stakeholders tevreden zijn met het aantal verkeer naar en de omzet van de website, daarbij spelen blogs een steeds belangrijkere rol. Daarbij is het belangrijk dat de tone of voice en stijl van een blog worden aangepast op de beoogde doelgroep van de blog.

3. Social Media Content

Ik heb de afgelopen 5 maanden de content gecreëerd en ingepland voor de Instagram- en Facebookpagina van TennisDirect. Hieronder vielen onder andere posts, reels en stories. De focus lag op productpromotie, engagement en merkbeleving.

- Meetbaar resultaat: Een stijging van 29% in weergaven, een toename van 56,4% in volgers en 70% aan profielbezoeken (organisch).
- Impact: Aan de hand van de groei van het organisch bereik kan de conclusie getrokken worden dat de geplaatste content goed aan heeft geslagen bij de doelgroep.
- Uitvoering: Onder de uitvoering van social media content viel onder andere contentplanning, opmaak en publicatie van posts, en het opzetten, uitkiezen en regelen van winacties en samenwerkingen met partners. Dit deed ik door gebruik van het programma Meta Business Suite.
- Stakeholders: De mooie groei van beide platforms zorgen voor een goede ontwikkeling van de zichtbaarheid van TennisDirect, naar tevredenheid van alle stakeholders.

4. Fotoshoot

Tijdens de stage heb ik een productgerichte fotoshoot georganiseerd om beeldmateriaal te creëren voor zowel de webshop als social media. Dit vergde planning, afstemming met collega's, en uitvoering op locatie, de fotoshoot vond plaats op 8 Mei en was gericht op de nieuwe collectie tenniskleding voor Roland Garros 2025.

- Meetbaar resultaat: Er zijn in totaal tientallen mooie beelden gemaakt die goed gebruikt kunnen worden op zowel de website als ook social media.
- Impact: De fotoshoot heeft ervoor gezorgd dat de website en social media van TennisDirect er visueel aantrekkelijk en professioneel uitzien.
- Uitvoering: Voor de shoot moest veel voorbereid worden, daarbij heb ik bij verschillende onderdelen geholpen, daarnaast was ik op de dag van de shoot fysiek aanwezig om ervoor te zorgen dat alles goed verliep en te helpen waar nodig.
- Stakeholders: Goede content is belangrijk voor een webshop, daarom waren stakeholders blij met de geschoten beelden en de visueel aantrekkelijke website.

5. Presentatie 5 beste blogs

Tijdens mijn stageperiode is mij gevraagd om een overzicht te maken van de 5 best presterende blogs, dit heb ik bij een belangrijk overleg met team tennis (Marketing, Ecommerce, Inkoop, SEO, etc) gepresenteerd, en dit werd goed ontvangen en leidde tot interessante bevindingen.

- Meetbaar resultaat: Een overzicht welke blogs het best gelezen worden, daarbij is het belangrijk om mee te nemen hoe lang de blog online staat, wat voor blog het is, en wat de doelgroep is.
- Impact: De bevindingen worden meegenomen bij het opstellen van volgende blogs, zodat het organisch verkeer nog meer wordt en bezoekers van google nog sneller uitkomen op de pagina van TennisDirect.
- Uitvoering: Het maken van de top 5 en het presenteren is allemaal door mij opgesteld en uitgevoerd, zonder hulp van anderen.
- Stakeholders: Heel team tennis gaf tijdens de meeting aan dat het erg nuttige informatie was en dat dit mee genomen gaat worden in de toekomst.

Werkafspraken

Tijdens mijn stage bij TennisDirect heb ik veel gebruik gemaakt van overleg om mijn werkzaamheden zo goed mogelijk uit te kunnen voeren. Binnen het marketingteam van TennisDirect werden er duidelijke planningen, teammomenten en vaste communicatiestructuren gehanteerd, waarbij we duidelijke afspraken hadden wat er moest gebeuren en door wie, tijdens mijn stageperiode heb ik elke week actief deelgenomen en een waardevolle bijdrage kunnen leveren.

Presentaties

Tijdens mijn stageperiode heb ik een aantal keer voor verschillende mensen wat gepresenteerd. Voorbeelden hiervan zijn goede blogs voor heel team tennis, maar ook het presenteren van ideeën voor fotoshoots, of het presenteren van ideeën voor een draaidag met Thijs Boogaard. De feedback die ik kreeg bij het geven van deze presentaties was vaak positief, daarnaast waren de verbeterpunten ook altijd duidelijk en die verwerkte ik voor de volgende keer.

Mail, Communicatie en Slides

Professionele communicatie via e-mail was essentieel tijdens mijn stage. Iedereen bij PassaSports heeft een eigen E-mail, en de communicatie via de mail was erg belangrijk op verschillende momenten. Een voorbeeld hiervan was een situatie waarbij ik beelden nodig had voor een blog, die team tennis niet had, daarbij heb ik via mail contact gehad met een collega van team running, waarvan ik goede beelden aangeleverd heb gekregen en daarmee de blog af heb kunnen maken. Daarnaast was de mail altijd een fijne manier om te communiceren, niet alleen afspraken gingen via de mail, maar het plannen van meetings en het afvinken van bepaalde werkzaamheden werd altijd bevestigd via de mail.

Draaiboek en Begroting

Voor de geplande fotoshoot die op 8 Mei plaats heeft gevonden heb ik een draaiboek opgesteld waar onder andere de locatie, tijd, personen, kleding, fotograven en content opgenomen waren.

Inklokken

De afspraak bij PassaSports is dat je 4 dagen per week fysiek op kantoor aanwezig bent, vrijdag was de thuiswerkdag. In verband met het verkeer op de weg was het voor mij handig om elke dag om 08:30 te beginnen in plaats van 09:00, hierin was het bedrijf erg flexibel en dat was voor mij erg fijn. Hierdoor waren mijn dagen dus altijd van 08:30-16:30 in plaats van 09:00-17:00. Bij een normale werkdag hoorde een halfuur pauze die heel kantoor gezamenlijk had van 12:30-13:00.

Leidinggeven en to-do lijsten

Gedurende mijn stageperiode heb ik vooral 2 leidinggevenden gehad, waarvan Amy (Brand Marketeer Tennis) mijn stagebegeleider was, daarnaast was Rahsaan (Head of Marketing) mijn andere leidinggevenden. Mijn werkzaamheden werden vooral door Amy en Rahsaan opgesteld en gecontroleerd, sommige werkzaamheden zoals blogs gingen bijvoorbeeld wel buiten Amy en Rahsaan om. Beide leidinggevenden vulden regelmatig mijn persoonlijke to-do lijst in outlook aan, daarin kon ik gemakkelijk zien wat gedaan moest worden, ook hadden zij daar de mogelijkheid om een datum aan een bepaalde taak te koppelen, zo kon ik makkelijk zien welke werkzaamheden prioriteit hadden boven anderen.

Notulen en Stand-Ups

Tijdens mijn stageperiode heb ik van verschillende mensen waardevolle feedback ontvangen. Een groot deel van de feedback ontving ik altijd bij het schrijven van blogs, omdat er bij het schrijven van blogs veel verschillende soorten feedback gegeven kan worden. Schrijfstijl, layout en vooral SEO zijn voorbeelden van soorten feedback die ik heb ontvangen.

Documentenbeheer

Alle documenten worden bij PassaSports opgeslagen in een gedeelde onedrive waar iedereen bij kan. Dit werkt super omdat iedereen toegang heeft tot alle informatie, daarnaast heb je van elk document altijd de meest recente versie. De gedeelde mappen waren gemakkelijk gesorteerd per sport, per functie (marketing in mijn geval) en per jaar. Hierdoor was alles makkelijk vindbaar.

Vertegenwoordigen

Mate en frequentie waarin ik het gezicht van de organisatie was

Er zijn tijdens mijn stageperiode niet zoveel momenten geweest waarin ik het gezicht/de stem van de organisatie was. Dit komt omdat de werkzaamheden tijdens de stage vooral op gebied van social media/blogs geweest is, en daarbij is niet zichtbaar wie de content heeft geplaatst. Ik ben voor TennisDirect naar het ABN Amro open geweest om daar te helpen met de opbouw van de stands, daar was ik de hele dag het gezicht van de organisatie, daarnaast ben ik dat ook geweest bij het fysiek aanwezig zijn op de fotoshoots.

Mate waarin student zichtbaar/aanspreekbaar is geweest voor stakeholders

Ik was veel en altijd aanspreekbaar voor stakeholders, de stakeholders bij PassaSports konden mij gemakkelijk benaderen/aanspreken op kantoor of contact opnemen via de mail. De collega's waarvan ik feedback kreeg binnen PassaSports waren geen stakeholders, en daarom had ik vaak geen direct contact met stakeholders. Omdat zij vaak druk waren en voor meerdere sporten verantwoordelijkheid hadden, was het ook niet gebruikelijk om de stakeholders veel te spreken over werkzaamheden.

Mate waarin student zichtbaar/aanspreekbaar was voor anderen voor zaken die niet helemaal goed gingen

Er waren tijdens mijn stageperiode soms dingen die beter konden, zoals het aanpassen van aangeleverde documenten, of wijzigen/opnieuw inplannen van content. Ik was hiervoor altijd uitstekend zichtbaar/aanspreekbaar. Op de maandag en donderdag zat heel team tennis bij elkaar, hierdoor kon iemand gemakkelijk naar mij toe lopen om even wat te vragen of om feedback te geven. Op de dinsdag en woensdag zaten wij als marketing met zijn allen bij elkaar, op deze dagen ontving ik soms ook feedback van marketing van andere sporten en werd er overlegd wat bij de sporten de goede manier was om dingen te doen. Het krijgen van feedback vond ik altijd erg fijn, omdat het inplannen van content en schrijven van blogs iets was waar ik niet veel ervaring mee had, bij het maken van content werd ik soms betrapt op slordigheidsfoutjes bij bijvoorbeeld het spellen van een merk, of het per ongeluk plaatsen van collecties die wel uit waren, maar nog niet helemaal op de site beschikbaar waren.

Welke presentaties heb ik gegeven

Tijdens mijn stageperiode heb ik verschillende presentaties gegeven, dit begon al vrij snel met het presenteren van ideeën voor een content dag met Thijs Boogaard bij tennisvereniging Lewabo. Daarnaast heb ik ideeën gepresenteerd hoe de samenwerking met Grand Slam for kids op Instagram het beste benut kan worden. Ook heb ik een presentatie gegeven over de best presterende blogs aan team tennis. Het was erg leerzaam om deze presentaties voor verschillende mensen te geven omdat ik waardevolle feedback ontvangen heb, ook zorgde het geven van presentaties ervoor dat ik een waardevolle bijdrage kon leveren aan meetings.

Welke vormen van communicatie heb ik verspreid en wat was het effect?

Ik heb verschillende vormen van communicatie verspreid, waarvan vooral op social media. Op Instagram en Facebook bestond dit vooral uit het plaatsen van posts, reels en story's. Op de website van TennisDirect ben ik bezig geweest met blogs en met pagina's van merken (brandpages). Het effect van de verschillende manieren van communicatie was op social media dat het bereik van het account toe is genomen. Op zowel Facebook als Instagram is het bereik en aantal volgers ten opzichte van het begin van mijn stageperiode toegenomen. Op de website hebben de geschreven blogs ervoor gezorgd dat er veel organisch verkeer naar de website van TennisDirect is gekomen, het effect van de brandpages was dat de merken blij waren met hoe hun pagina eruit zag op de website van TennisDirect, en dat bezoekers van de website alle informatie die zij willen hebben over een merk op een pagina kunnen vinden.

Mate waarin stagebedrijf door zou willen met de student en/of waarin men de student zou aanbevelen

Tijdens de feedbackgesprekken die ik met mijn stagebegeleider gehad heb werd er aan gegeven dat het bedrijf blij was met mijn werkzaamheden. Er werd mij onder ander verteld dat ik enthousiast was en dat ik kennis heb van zaken waar ik mee bezig was. Bij datzelfde gesprek kreeg ik ook de feedback dat ik wat beter kan kiezen en aanvoelen aan wie ik sommige vragen stel, zo is niet iedereen geschikt om mij te helpen met bepaalde werkzaamheden en zo kon de timing van een vraag (vooral in het begin van de stage daarna was het veel beter) nog wat beter. Gebaseerd op het gesprek dat ik heb gehad denk ik dat PassaSports blij was met mij en mijn werkzaamheden de afgelopen maanden en dat het bedrijf mij een positieve aanbeveling geeft.

Mate waarin student zelf initiatieven nam als eindverantwoordelijke voor het project

Tijdens mijn stage heb ik zelf regelmatig initiatief genomen om werkzaamheden op te pakken. Zo ben ik zelf met een van mijn beroepsproducten gekomen en die werd door TennisDirect snel goedgekeurd. Daarnaast kwam ik zelf met initiatieven om de content te verbeteren en heb ik uit eigen initiatief blogs aangeleverd. Ook heb ik in samenwerking met de stagiair marketing padel de layout van de Instagram accounts vernieuwd waardoor het er professioneler uitziet.

Onderzoek

Tijdens mijn stage bij TennisDirect heb ik onderzoek gedaan met als doel bij te dragen aan een betere beleving van de bezoeker op het tennisevenement Libéma Open. De aanbevelingen die uit mijn onderzoek naar voren zijn gekomen zijn gebruikt bij de opbouw van de stands op het Libéma Open dit jaar.

Zelfstandige uitvoering en afbakening

Ik heb het onderzoek zelf opgezet, uitgevoerd en conclusies getrokken. In overleg met mijn stagebegeleider is de onderzoeksvraag geworden: Hoe kan TennisDirect de beleving van bezoekers in een stand van TennisDirect op het Libéma Open verbeteren? Deze gerichte vraag hielp mij om tot een goede aanbeveling te komen.

Relevante onderzoeksmethode

Ik heb gebruikt gemaakt van secundair onderzoek. Ik heb mijn onderzoek en aanbevelingen gebaseerd op de recensies en ervaringen van bezoekers van TennisDirect stands en fysieke winkels van eerdere jaren. De recensies die kwamen uit bezoeken van de fysieke winkels van TennisDirect zorgden ervoor dat ik een goed beeld kreeg van de ervaring van bezoekers.

Theoretische en praktische verdieping

Het onderzoek werd ondersteund door relevante marketingtheorieën, zoals de Customer Journey en de Contentstrategie. Deze modellen heb ik gebruikt bij de situatie van TennisDirect. Ook heb ik voorbeelden van andere stands en winkels bekeken om te kunnen vergelijken zodat ik de beste aanbevelingen kon doen en die kon onderbouwen.

Professionele rapportage

De uitkomsten van het onderzoek staan in mijn beroepsproduct, wat gevolgd wordt door concrete aanbevelingen. Het rapport vormt één van mijn beroepsproducten, en is een van mijn opdrachten geweest tijdens de stage bij PassaSports. De aanbevelingen die uit mijn beroepsproduct zijn gekomen zijn meegenomen in de eventvoorbereiding voor het Libéma Open.

Conclusie:

Met dit onderzoek heb ik aangetoond dat ik zelf een actueel probleem kan vinden, analyseren en informatie kan verzamelen om vervolgens tot een goede aanbeveling te komen voor TennisDirect. De onderzoeksvraag, methode en resultaten zijn in overleg met mijn stagebegeleider goedgekeurd en waren van waarde voor het bedrijf.

Communiceren

Tijdens mijn stage bij TennisDirect heb ik op verschillende manieren laten zien dat ik goed kan communiceren, zowel mondeling, schriftelijk als visueel. Deze communicatie vond plaats binnen het team, maar ook naar de doelgroep van TennisDirect. Mijn communicatie was niet alleen informatief, maar ook duidelijk en relevant, passend bij mijn omgeving en functie van de collega's om mij heen.

Mondelinge communicatie

Ik heb actief deelgenomen aan team meetings, brainstormsessies en tussentijdse checks. Tijdens deze meetings kon ik mijn ideeën/mening/vragen duidelijk overbrengen waardoor collega's altijd meteen wisten wat ik bedoelde. Het meedenken over bepaalde dingen en het geven van mijn mening was op momenten erg belangrijk, door de goede communicatie heb ik tijdens deze momenten een waardevolle bijdrage kunnen leveren aan team tennis.

Schriftelijke communicatie

Een belangrijk deel van mijn stage bestond uit het schrijven van blogs, social media captions, en brandpages. Bij het uitvoeren van deze bezigheden was het altijd belangrijk om de tekst/stijl aan te passen aan de doelgroep, maar ook aan de tone of voice van TennisDirect: De tekst is altijd informeel, sportief en klantgericht. TennisDirect richt zich op drie punten: Expertise, Empowerment en Experience, het was belangrijk dat bij alles wat ik deed één van deze 3 kernwaarden terug kwamen. De blogs waren niet alleen informatief, maar ook aangepast voor de doelgroep. Dit zorgde voor een betere relatie met de klant, en daarnaast voor een betere vindbaarheid van de website wanneer er gezocht wordt op tennis gerelateerde termen. Ook was mijn schriftelijke communicatie het sturen van e-mails voor interne communicatie, dit wisselde ik af met chats via teams, afhankelijk van het onderwerp en de ontvanger.

Visuele communicatie

Voor de contentplanning van de social media heb ik gezorgd voor passende captions onder berichten, ook dacht ik mee over de visuele communicatie van berichten, en bedacht ik nieuwe posts om te plaatsen. Met de fotoshoot heb ik mee gedacht welke beelden er geschoten gingen worden en welke collecties het belangrijkste waren om uit te lichten voor op de website/social media.

Taalgebruik en doelgerichtheid

Mijn communicatie was altijd afgestemd op de doelgroep: intern was de communicatie wat informeler, vooral bijvoorbeeld met andere stagiaires. Als het om belangrijke mails ging was de communicatie altijd professioneel en netjes.

Conclusie:

Tijdens mijn stage heb ik aangetoond dat ik goed kan communiceren. Mijn communicatie was duidelijk, relevant en informatief. Mijn communicatie heeft een positief effect gehad op de interne samenwerking met collega's en op de zichtbaarheid van TennisDirect.

Bijlagen

Alles over Tennis – Advies, uitrusting & toernooiupdates » TennisDirect.nl. (z.d.-b). Passasports. <https://www.tennisdirect.nl/blog>