

STARRT Reflectie Creativiteit

City-exploring concept Feyenoord

Als vrijwilliger op de media van Telstar én tijdens mijn werkperiode 's zomers wilde ik een bepaald concept op de media zetten. Het zou hierbij gaan om fotografie gecombineerd met storytelling. Aangezien Telstar promoveerde wilde ik dit element implementeren op sociale media: het kan wellicht zijn dat ze maar één seizoen spelen tegen bijvoorbeeld Ajax in Amsterdam. Mijn idee was om straatfotografie i.c.m. supporterseigen/ voetbal gerelateerde inhoud te publiceren op de sociale media om meer lading te creëren op de wedstrijddag.

Dit gingen we testen bij de eerste oefenwedstrijd in de voorbereiding op het Eredivisie seizoen. Toevallig speelde Telstar tegen ADO'20 in Heemskerk, waar ik woon. Ik ging dus op de fiets op pad en schoot foto's van herkenbare elementen in de omgeving met Heemskerkse 'taal'. Dit in combinatie met bepaalde muziek van een lokale zanger deed de publicatie viraal gaan: het werkte.

Ik had het idee gestolen van Feyenoord, zei deden het 'city-exploring' concept op Europees niveau. Dit idee lieten we vaker voorkomen bij oefenwedstrijden, zo speelde we bijvoorbeeld twee keer in een Fries dorp en ergens midden in het land. Voor supporters die niet meegingen naar de wedstrijd een unieke inkijk in dorpen/steden waar ze niet eerder zijn geweest en voor anderen een stuk herkenning. Hiervoor stelde ik en de marketingafdeling een fotograaf aan die ook wedstrijd fotografie deed.

Het resultaat was content met, over het algemeen, meer likes dan normaal én professionalisering van de tijdlijn. Een creatieve benadering hierop was de combinatie van fotografie, muziek en tekst. Nu, in de Eredivisie, past het mediateam van Telstar dit concept nog steeds toe én geeft het supporters een uniek inkijkje in plekken waar ze niet gauw komen. De feedback is zeer positief.

Het initiatief dat ik nam om tijdens de voorbereiding te testen of een bepaald concept zou aanslaan bij de doelgroep was zeer gewaagd, maar daardoor ook super creatief. Het hielp de wedstrijddag te vullen met haalbare content én het draagt bij aan de sympathie die de club wil uitstralen.

Ik neem hieruit mee vaker probeersels en concepten toe te passen, voornamelijk als het op content aan komt. Ik wist ongeveer wat de volgers wilde zien, zag iets viral gaan bij andere clubs en handelde direct door het te implementeren in de contentplanning van de club. Zeer interessant om dit in de toekomst te blijven doen!