

Gamma domineert klusdomein op YouTube

09-01-2021 15:23



[Check hier het complete interview met marketingmanager Laurens Miedema over de veranderende marketing van Gamma.](#)

“Sowieso wilden we in de Corona-periode voorzichtig zijn met klanten naar de winkel trekken”, zegt Laurens Miedema. “Maar de dingen die je ziet, zijn wél het gevolg van een bredere ontwikkeling. De folder wordt minder gelezen en het bereik neemt sterk af door de beperkingen op ongeadresseerde brievenbusreclame in steeds meer steden. Over de afname van lineaire tv hoef ik je natuurlijk niets te vertellen. En als het mediagebruik van onze klanten verandert, veranderen wij mee. Als marktleider moet je daar zijn waar je klanten zijn.”

Andere insteek YouTube-video's

Gamma begint in 2021 met de sponsoring van drie topschaatsters. En ook gaat Gamma volop door met de video-campagnes op YouTube. In plaats van de standaard how-to-klusvideo's op YouTube te gaan pushen, koos Gamma een andere insteek.

“We begonnen met de vraag waar klussers naar zoeken en hoe ze die info graag tot zich willen nemen. Samen met 5PM hebben we geanalyseerd welke topics mensen zoeken, wat er in de video moet en hoe we dat het beste moesten opbouwen. Zo kwamen we tot een set vragen in de speerpuntgroepen Verf, Tuinaanleg en -onderhoud en de Duurzame klus. Die specifieke vragen zijn we gaan beantwoorden op een manier die het

beste aanslaat op YouTube."

Geen standaard 30 seconden

Miedema: "Dat is dus niet per se een standaard filmpje van 30 seconden of een minuut, leerden we van de mensen van Google. Liever dan zakelijke en korte content, heeft YouTube content die engagement creëert en die zo lang is dat ze er zelf commercials bij kunnen verkopen. En dat lukt beter bij een langere video die kijkers echt willen zien, dan bij een korte video die ze net zo makkelijk weer wegklikken."

Meer lezen over Gamma's aanpak van Klusvideo's op YouTube en andere marketingveranderingen? Check het MIX-artikel [Gamma's veranderende marketing](#).

Redactie