

YouTube

Als fietsenverkoper



Inzichten in de fietsenbranche
op YouTube



Inhoud

- 01.** De rol van YouTube in het aankoopproces van fietsen
- 02.** Content analyse: welke content is populair?
- 03.** Analyse YouTube-kanalen van Nederlandse fietsmerken
- 04.** Inspiratie: best practices van andere merken

Over

ons

Team5pm helpt merken en uitgevers aan succes op YouTube. Samen met onze klanten zorgen we voor meer views, kijktijd, leads en conversies.

YouTube biedt nu meer dan ooit kansen voor merken. Kansen die we inmiddels benutten voor merken als Volkswagen, Castrol en GAMMA.

Kijk voor meer informatie over onze diensten en werkwijze op team5pm.com.



Jelmer Wind
(Co-Founder)



Introductie

Het belang van YouTube voor fietsmerken

De totale omzet uit de verkoop van nieuwe fietsen is in 2019 voor het zevende jaar op rij gestegen naar een nieuw record van 1,2 miljard euro. De coronacrisis zorgt dit jaar voor nog een extra boost in de fietsverkoop.

YouTube speelt een steeds belangrijkere rol in het aankoopproces van een fiets. Dat is terug te zien in het stijgende aantal views en het aantal zoekopdrachten op YouTube rondom fietsen. Desalniettemin blijkt uit onze analyse dat fietsmerken en -verkopers de kansen die dit biedt (nog) niet benutten.

In dit rapport delen we onze inzichten in de fietsenbranche op YouTube. We laten zien welke content en creators rondom fietsen populair zijn, hoe Nederlandse fietsmerken YouTube nu inzetten en ten opzichte van elkaar presteren, welke kansen ze nog onbenut laten en delen enkele inspirerende nationale en internationale voorbeelden.



01

De rol van YouTube

Kansen in het aankoopproces

- |- Fietsenverkoop: de rol van online
- |- Gebruik YouTube blijft stijgen
- |- YouTube in de sales funnel
- |- YouTube als zoekmachine



Fietsenverkoop stijgt

Online krijgt een steeds belangrijkere rol

Zoals benoemd is de totale omzet uit de verkoop van nieuwe fietsen in 2019 voor het zevende jaar op rij gegroeid naar een nieuw record van 1,2 miljard euro. Gemiddeld wordt er nu meer dan €1.500 gespendeerd aan een nieuwe fiets, meer dan ooit tevoren. Dat record is vooral te danken aan de verkoop van elektrische fietsen. Voor een e-bike wordt gemiddeld meer dan €2.000 betaald.

Met een dergelijk hoog aankoopbedrag is het heel logisch dat consumenten zich massaal online oriënteren, inspiratie opdoen en informatie over waarop te letten bij het kopen van een fiets opzoeken. Later in het aankoopproces verdiept men zich in welke fiets men precies wil. De vakhandel is bij consumenten nog altijd verreweg het populairst. Driekwart van de fietsen wordt daar aangeschaft. De scheidslijn tussen online en offline verkoop wordt daarbij steeds dunner.

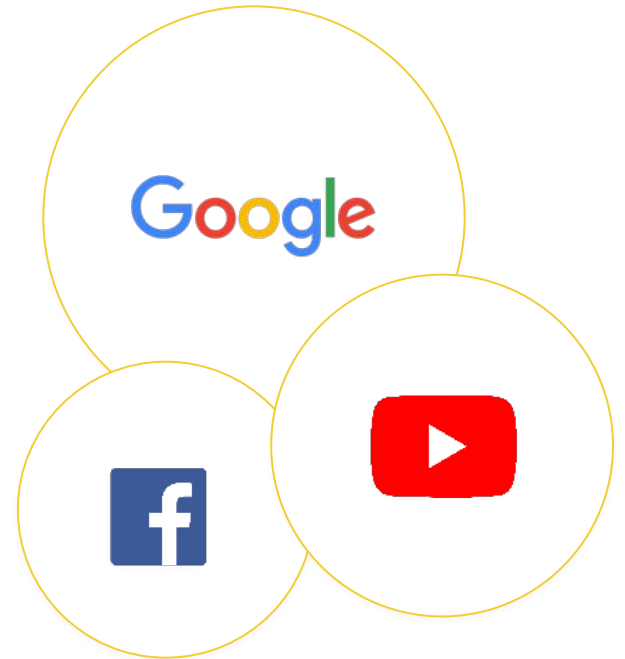


Populairste sites

YouTube is na Google de populairste site van Nederland

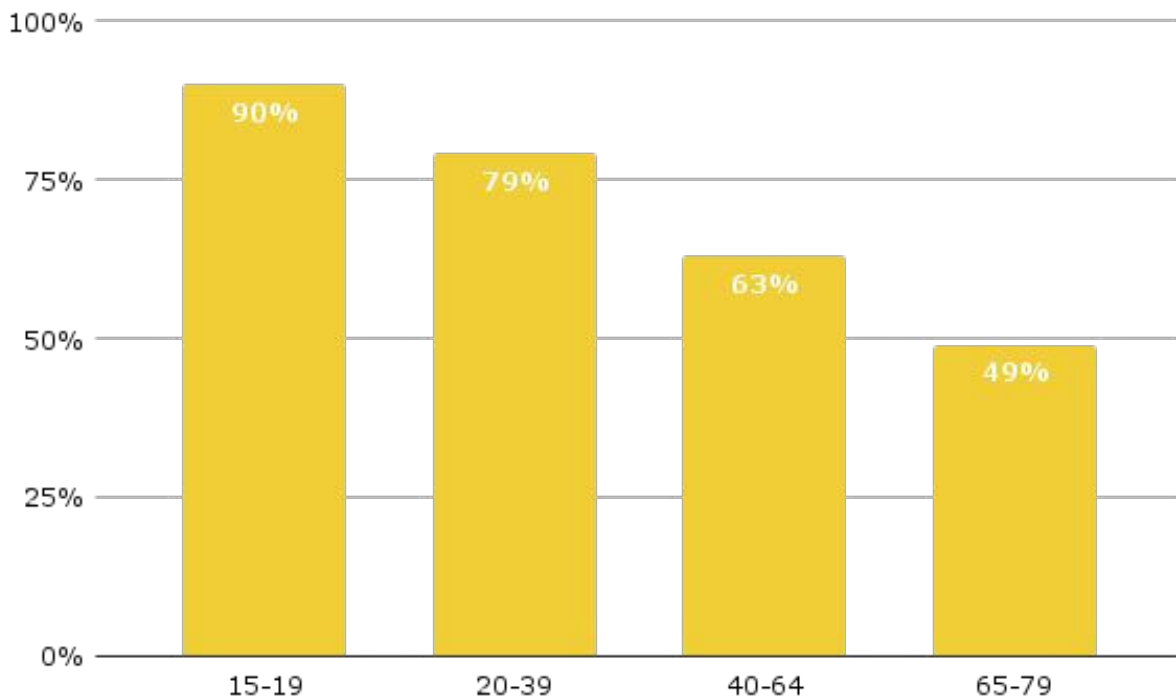
YouTube telt wereldwijd meer dan 2 miljard gebruikers. Ook in ons land is het bereik van YouTube gigantisch en blijft het gestaag groeien. YouTube heeft na Google het grootste bereik van alle sites en is daarmee groter dan Facebook. Meer dan 12,2 miljoen Nederlanders gebruiken het maandelijks.

YouTube is niet alleen een entertainment platform, maar ook een belangrijk educatieplatform. Miljoenen Nederlanders gebruiken het om nieuwe dingen te leren, hun kennis te vergroten en producten te vergelijken. YouTube is na Google dan ook de grootste zoekmachine ter wereld en in ons land.



Bereik van Youtube

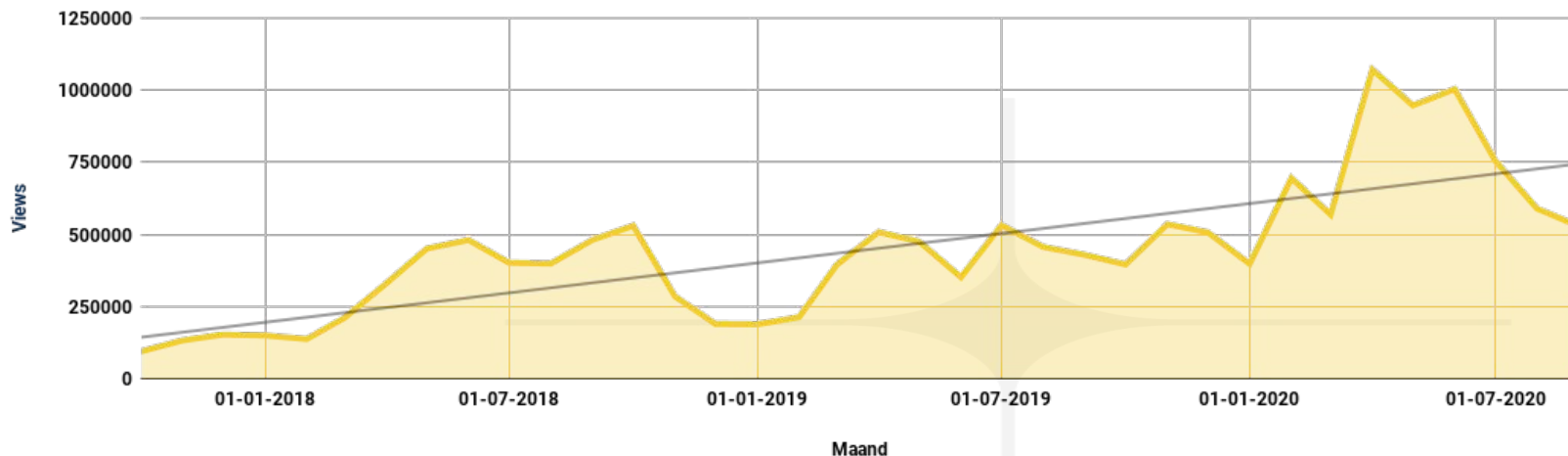
Zeer hoog bereik in iedere leeftijdscategorie



In 2 jaar tijd meer dan verdubbeld

Views Nederlandstalige video's rondom fietsen (inspiratie, oriëntatie en reparatie)

Views per month

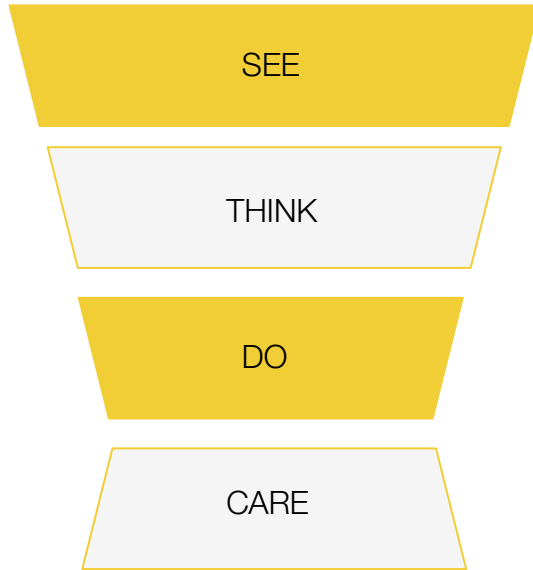


Video's rondom fietsen zoals inspiratie, oriëntatie en reparatie worden steeds populairder. Deze video's genereren nu meer dan 725.000 views gemiddeld per maand (periode jan-sep 2020) Dit is een stijging van 116% t.o.v. dezelfde periode in 2018.



Sales funnel

Opportunities per phase



See: YouTube speelt een cruciale rol in het ontdekken van nieuwe merken en producten. Zo geeft meer dan 90% van de gebruikers aan dat ze nieuwe merken en producten hebben ontdekt op YouTube.

Think: Meer dan de helft van shoppers geeft aan dat online video geholpen heeft om te bepalen welk specifiek merk of product ze kopen.

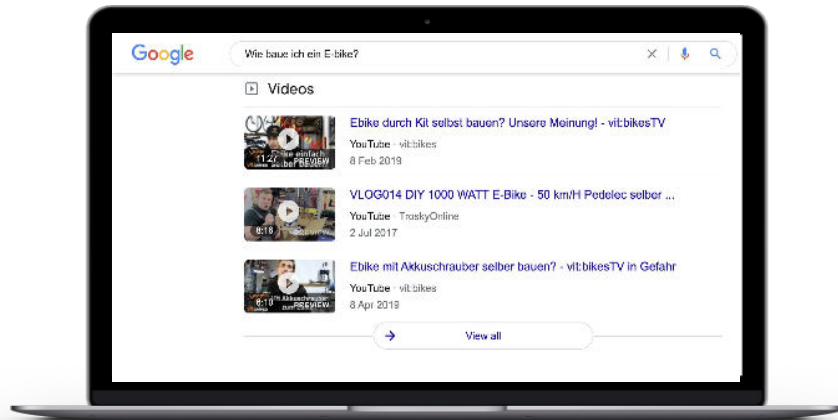
Do: Ruim 50% van shoppers geeft aan dat ze producten hebben gekocht die ze hebben ontdekt op YouTube.

Care: Ook in de fietsenbranche gebruiken klanten massaal YouTube na de aanschaf van een fiets voor hulp, service en onderhoudsvragen.



Video's in Google Search

Aandeel groeit en hele hoge CTR

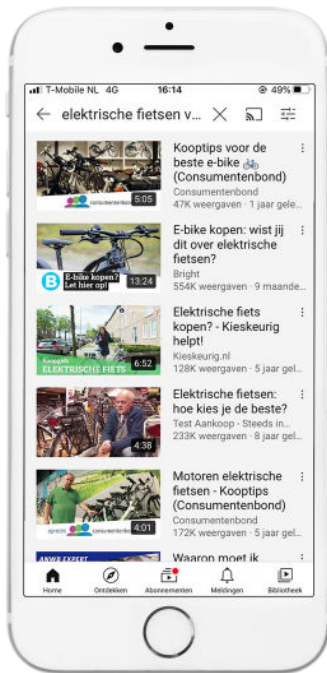


- Het aandeel video's in zoekresultaten neemt steeds verder toe. Daardoor is YouTube sinds vorig jaar het meest zichtbare domein binnen Google Search (dat was jarenlang Wikipedia).
- Video's verschijnen nu in meer dan een kwart van alle zoekresultaten en genereren een CTR van 61% (!).
- Dit biedt grote kansen voor merken om zowel in YouTube als in Google te ranken met video's.



Zoekvolumes in YouTube

Nederlanders zoeken massaal naar videocontent over fietsen



Maandelijks
zoekvolume

90.000

27.200

6.400

Zoektermen

Elektrische fiets heren

Elektrische fiets met middenmotor

Hoe repareer ik een lekke band?





02 Content

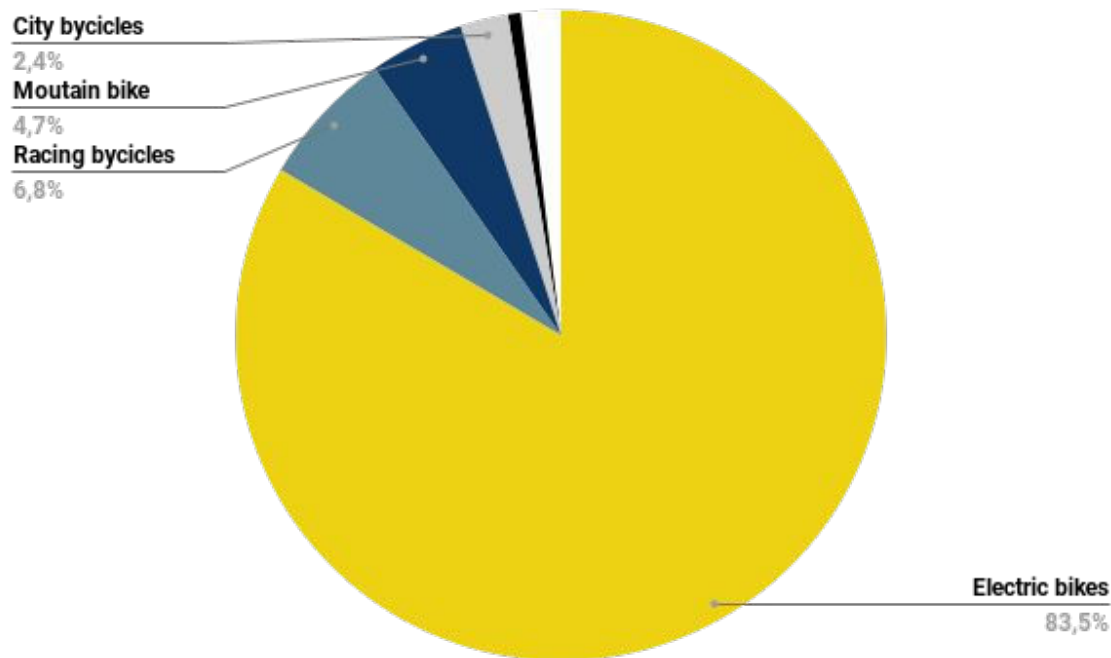
Wat scoort?

- |- Prestaties per type fiets
- |- Populaire formats
- |- Populaire creators
- |- Best presterende lengte



Views per type fiets

E-bikes veruit het populairst



- De elektrische fiets is verreweg de meest populaire type fiets. Zo'n **83%** van de views wordt gegenereerd door video's over E-bikes.
- Racefietsen (6,8%), mountainbikes (4,7%) en stadsfietsen (2,4%) volgen op grote afstand.
- Slechts een zeer klein deel gaat over (elektronische) bak- en vouwfietsen (respectievelijk 2% en 0,6%)



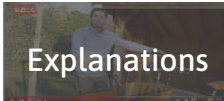
5 populaire formats

Formats die werken



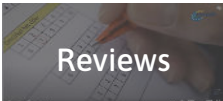
Upgrades

Tips voor het upgraden of personaliseren van je fiets



Explanations

How-to video's, experimenten en fiets hacks



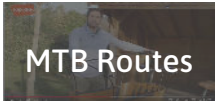
Reviews

Beoordelen en vergelijken van fietsen



Repair & Maintenance

Onderhoud video's en reparatie tips voor (race) fietsen



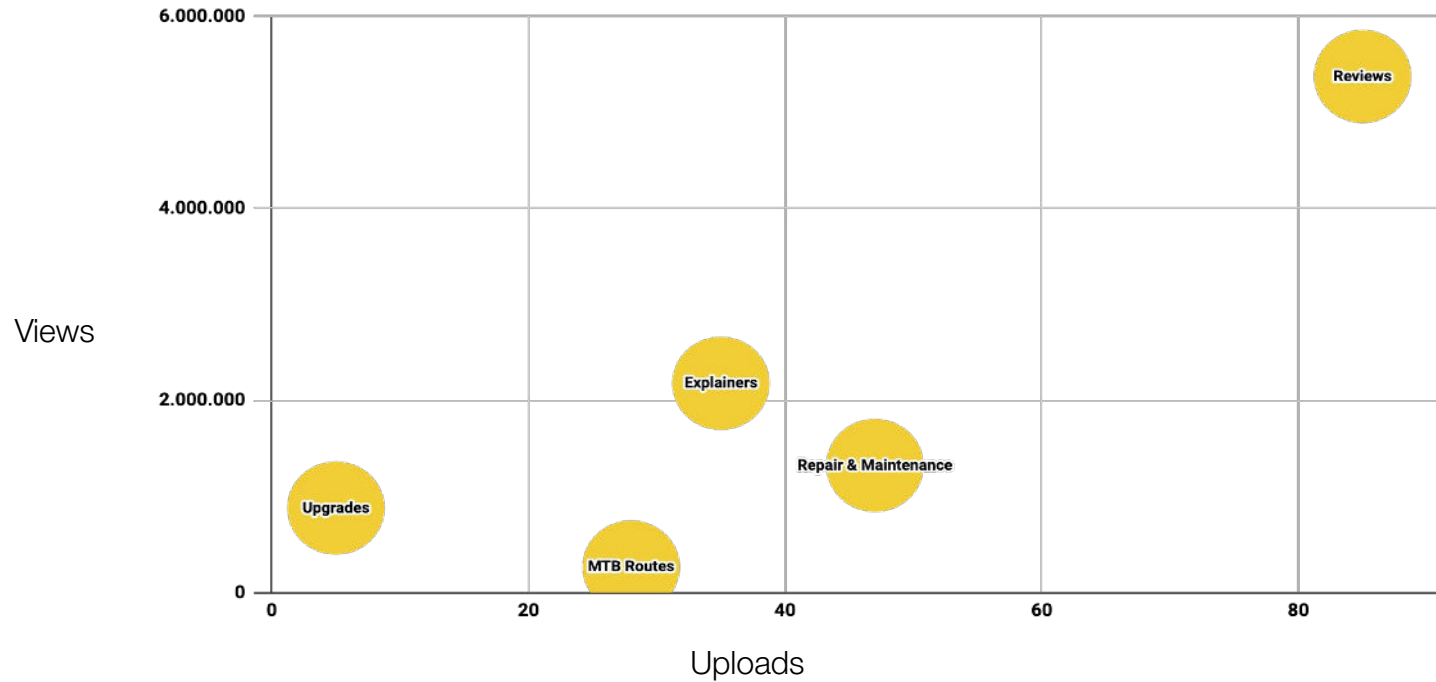
MTB Routes

First-person beelden van mountainbikeroutes, route beoordelingen en tips



Populaire formats

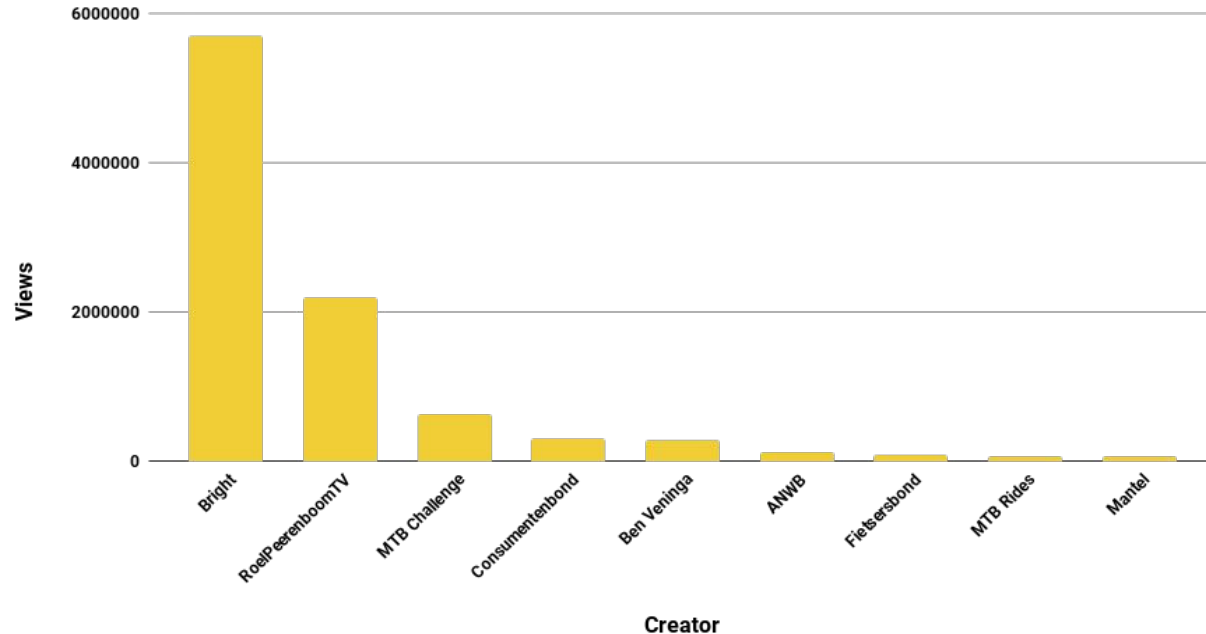
Verhouding in views en uploads



Populairste creators

Bright genereert verreweg de meeste views

Top creators



- Als we kijken naar de kanalen die de meeste views genereren, steekt Bright er bovenuit. Het tech platform (onderdeel van RTL) genereert 5,7 miljoen views rondom fietsen.
- Roel Peerenboom (fietsenwinkel uit Wageningen) is tweede met 2,2 miljoen views.
- Alle grote fietsmerken ontbreken volledig.

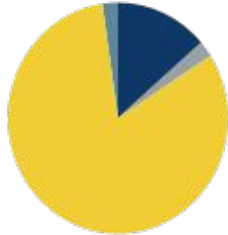


Format keuze

Top creators hebben een verschillende mix van content



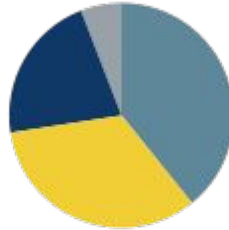
Bright



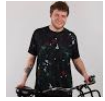
- Explainers
- Repair & Maintenance
- Reviews
- Upgrades



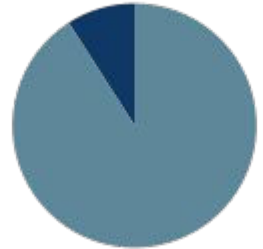
Roel Peerenboom TV



- Explainers
- Repair & Maintenance
- Upgrades
- Reviews



Benn Veninga



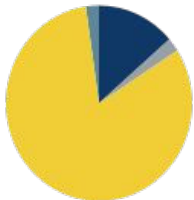
- Repair & Maintenance
- Reviews



Uitgelicht: Bright

Hoe behalen zij die miljoenen views?

Bright



● Explainers ● Repair & Maintenance ● Reviews
● Upgrades

Verdeling betreft enkel fietscontent, Bright publiceert ook over veel andere onderwerpen.

Reviews



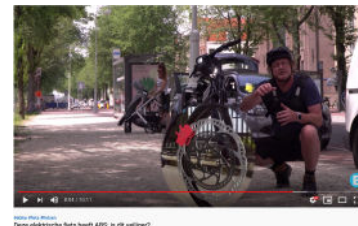
De review video's van Bright leveren **1.5x** meer engagement op dan gemiddeld en genereren **3M views**.

Repair & Maintenance



Deze reparatie en onderhoud video genereerde bijna **210K views** en leverde **2x zoveel engagement** dan gemiddeld op.

Explanations



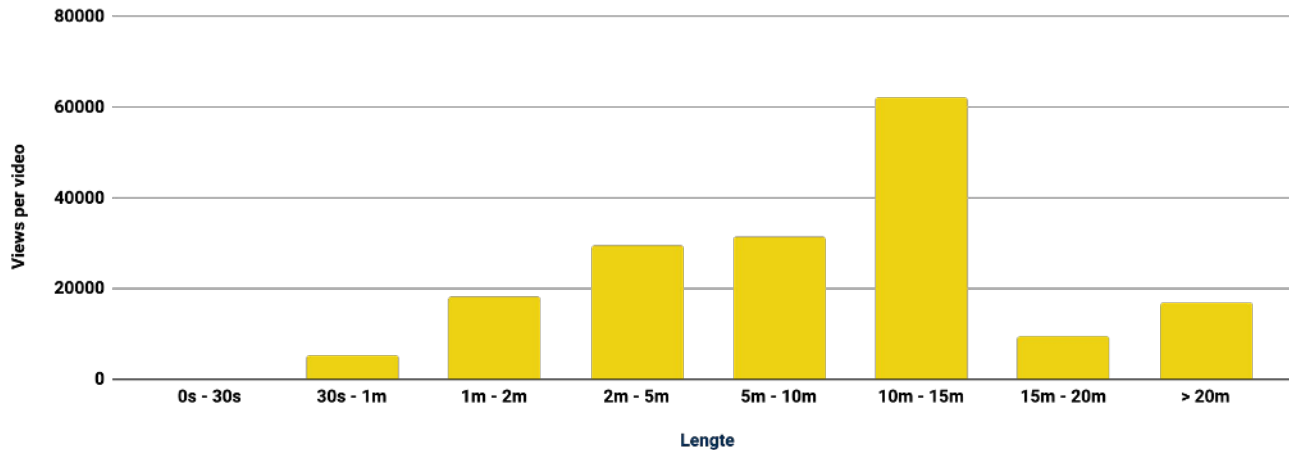
De zes explainer video's van Bright genereerden afgelopen jaar **1.5M views**.



Beste lengte voor fietscontent

Video's van 10 tot 15 minuten scoren de meeste views

Gemiddelde views per lengte



Korte content scoort niet. Langere content genereert aanzienlijk meer views.
De best presterende lengte betreft video's van 10 tot 15 minuten.





03 Analyse fietsmerken

Wat is hun aanpak?

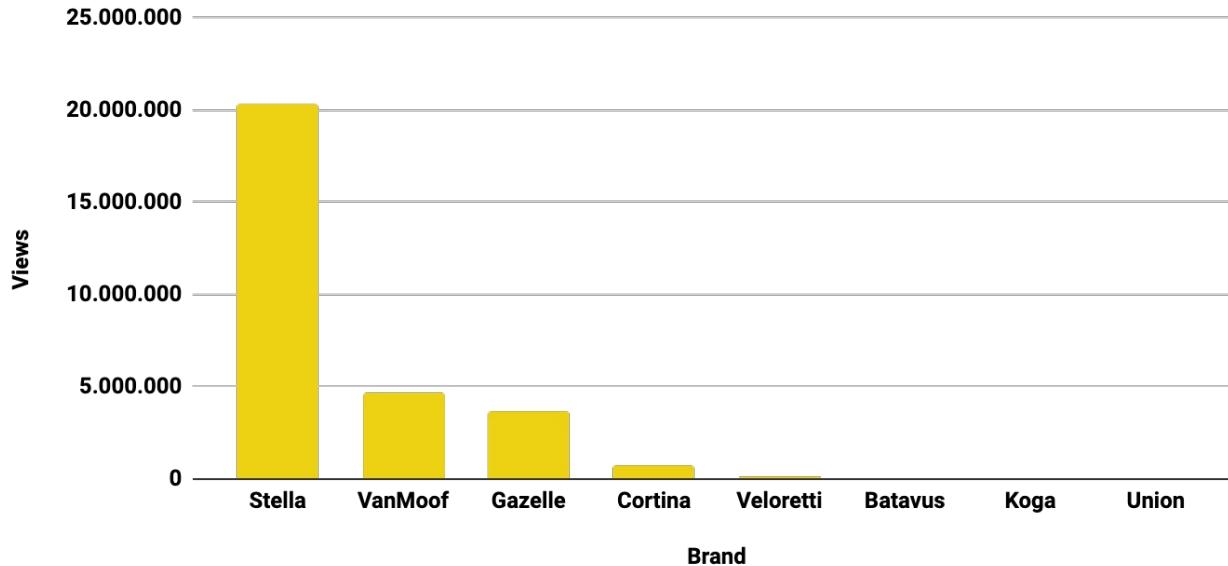
- |- Ranglijst Nederlandse merken
- |- Advertenties vs. organische views
- |- Inzet van merken door de funnel heen
- |- Optimalisatie van content en kanalen



Ranglijst merken

Hoe ranken Nederlandse fietsmerken ten opzichte van elkaar?

Top merken



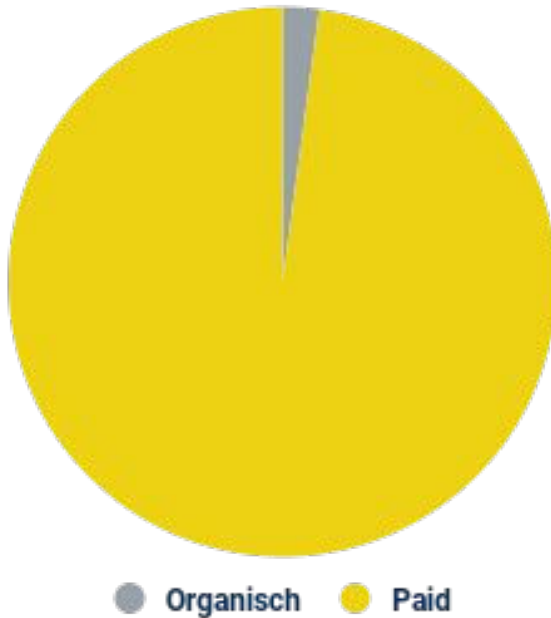
Dit zijn gegenereerde views over de afgelopen negen maanden. Stella, VanMoof en Gazelle genereren de meeste views. Maar grotendeels uit advertenties.

Data van organische views over deze periode is niet toereikend.



Miljoenen views

Alleen maar advertenties



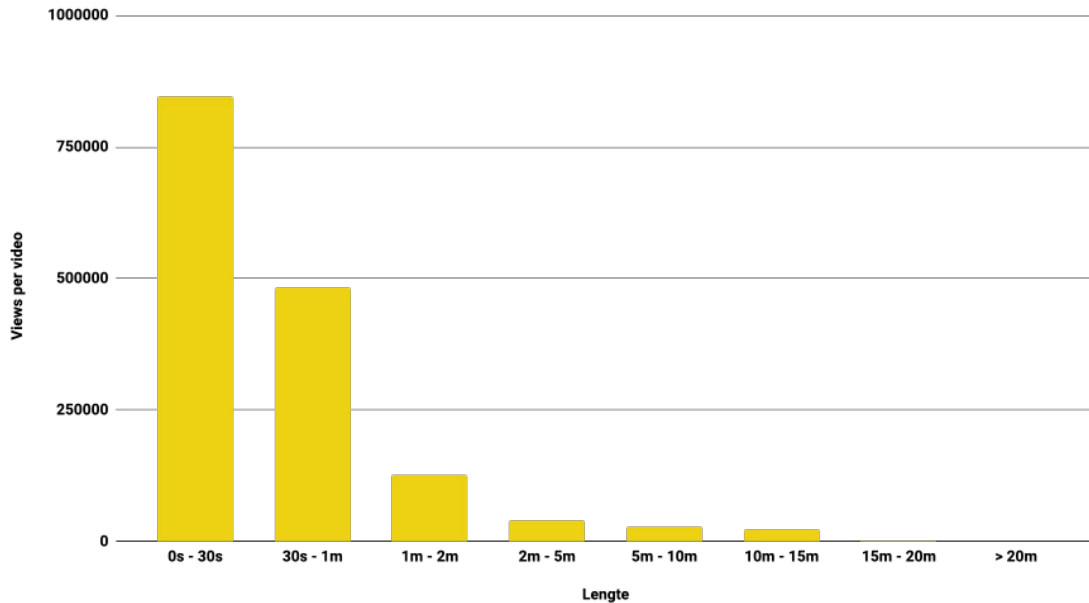
- De kanalen van de Nederlandse fietsmerken genereren meer dan 30 miljoen views in de eerste negen maanden van 2020.
- Echter, 98% van alle views van Nederlandse fietsmerken in 2020 wordt gegenereerd door advertenties.
- Stella, Gazelle en VanMoof de grootste adverteerders met respectievelijk 65%, 16% en 12% Share of Voice.



Lengte

Hoe doen Nederlandse fietsmerken het nu?

Gemiddelde views per lengte

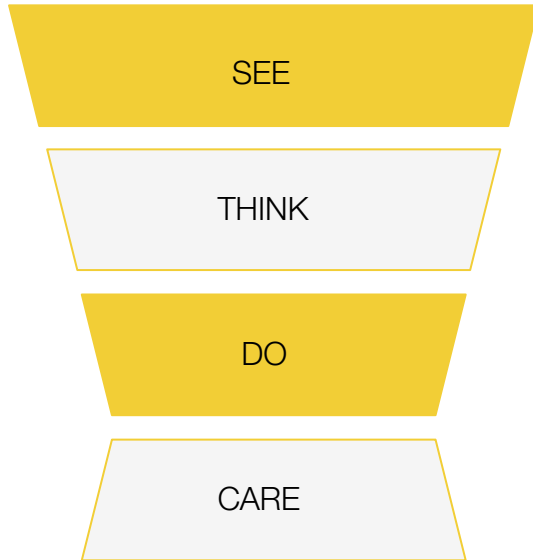


- Fietsmerken plaatsen enkel korte content (ads) en halen geen views met langere content. Dit terwijl langere content organisch meer views genereert.



SEE-THINK-DO-CARE

Merken focussen zich vrijwel alleen maar op See & Do



Doelgroep

Alle potentiële klanten

Consumenten die een aankoop overwegen

Consumenten met een koopintentie

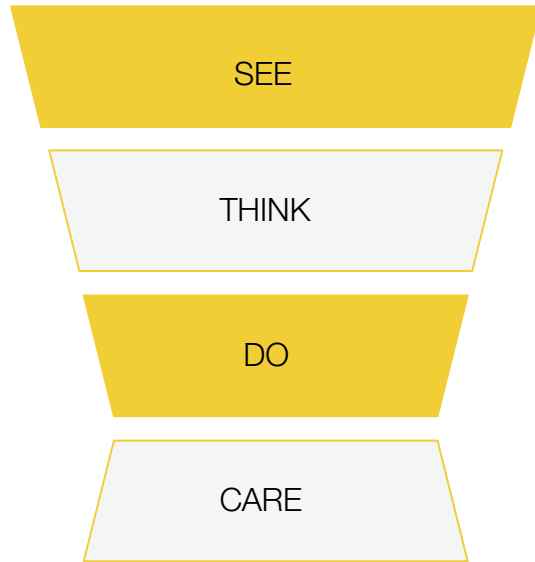
Bestaande klanten

Video's gericht op de oriëntatiefase (Think) en afterservice (Care) worden vrijwel niet of slecht ingezet.

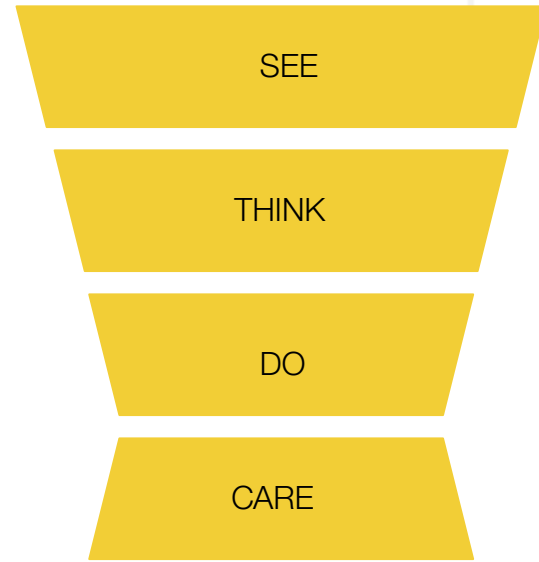


YouTube Sales Funnel

Merken laten kansen liggen in de Think en Care-fase



Huidige situatie

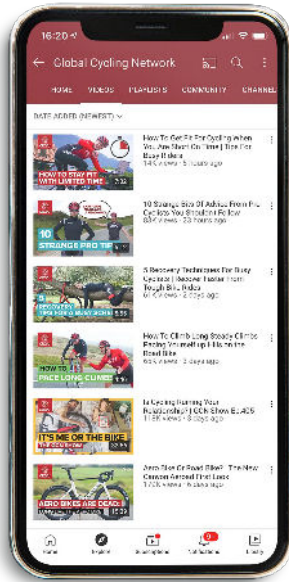


Ideale situatie



Organische Content

Slecht of helemaal niet geoptimaliseerd



Global Cycling Network geeft het goede voorbeeld

Verschillende fietsmerken hebben de afgelopen jaren initiatieven opgezet om ook organisch te scoren. Echter, deze content is dusdanig slecht geoptimaliseerd dat ze vrijwel geen views genereren.

Denk hierbij aan:

- Geen aandacht voor SEO in de titels, beschrijvingen en tags
- Geen of weinig aantrekkelijke custom thumbnails
- Te korte lengte om voldoende kijktijd te genereren
- Geen inzet van features om de interactie te verhogen



Key Takeaways

- 01** YouTube speelt een steeds belangrijkere rol in het aankoopproces van een fiets. Dat is terug te zien in het stijgende aantal views rondom fietsen (meer dan 725.000 views per maand, organisch).
- 02** Nederlandse fietsmerken benutten de kansen die dit biedt niet, succesvolle creators wel. Merken kunnen leren van hun strategie en aanpak.
- 03** Merken zijn nu volledig afhankelijk van advertenties voor zichtbaarheid op het platform en hun huidige content is slecht geoptimaliseerd.
- 04** Zowel in de overwegingsfase als de care fase laten de merken grote kansen liggen.





**“THINK AS A CREATOR,
TO WIN AS A BRAND!”**





04 Inspiratie

Best practices & voorbeelden

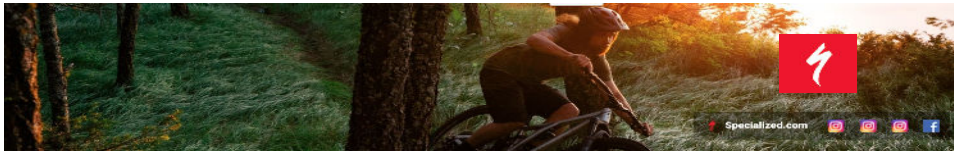
- |- Specialized
- |- Santa Cruz
- |- VanMoof
- |- GAMMA



Specialized

86.5M Views per jaar - 325K Subscribers

Het Amerikaanse Specialized weet als geen ander hoe het aansprekende hero content moet maken. Met prachtige en inspirerende beelden showcasen ze hun beste en mooiste fietsen tussen idyllische landschappen. Daarnaast wordt er geregeld help content geplaatst waarin Specialized in gaat op productspecificaties.

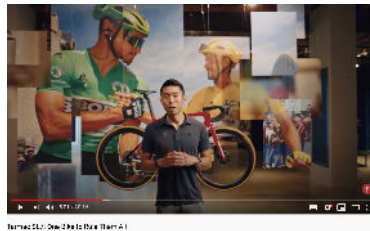


Video met meeste views



2.5M Views

Video met de hoogste engagement

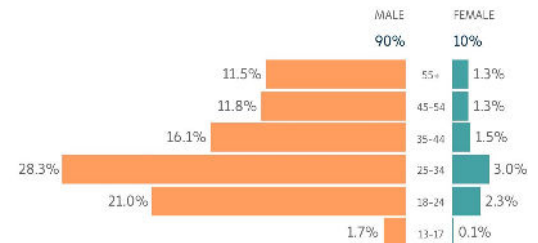


13.7K Engagements

Geografische gegevens kijkers



Demografische gegevens kijkers

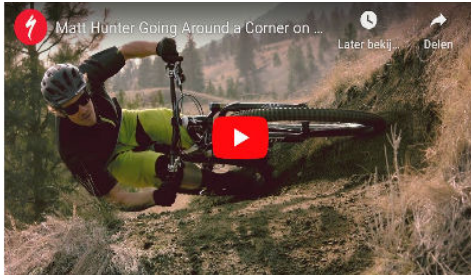


Santa Cruz

32.9M Views per jaar - 180K Subscribers

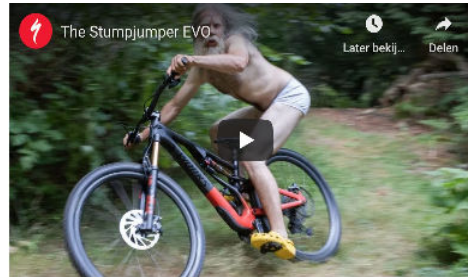
Het YouTube-kanaal van Santa Cruz bevat vanuit een creator-perspectief erg goede content. De video's variëren van sterke hero video's tot korte docu's met verschillende fiets tracks en races. De video's zijn verder in goede playlists onderverdeeld om zo een structuur aan te brengen.

Video met meeste views



206K views

Video met het hoogste engagement

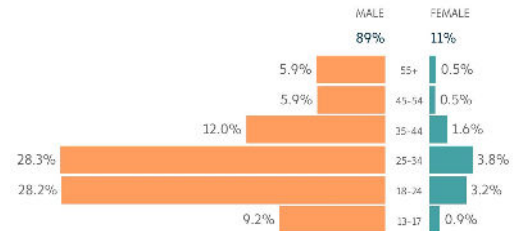


109K engagements

Geografische gegevens kijkers



Demografische gegevens kijkers

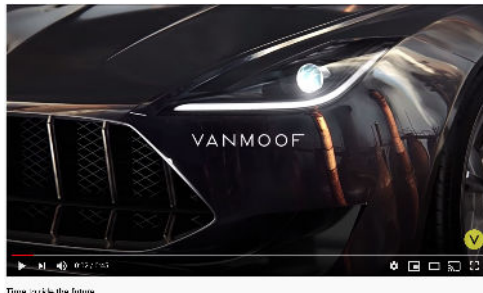


VanMoof

4.7M Views per jaar - 23.7K Subscribers

VanMoof weet hoe ze kijkers met sterke hero content kunnen inspireren. Een van de meest aansprekende (en besproken) video's is een commercial van afgelopen jaar waarin de huidige stand van zaken wordt blootgelegd; raffinaderijen die overuren draaien, files en auto-ongelukken. Daarna wordt duidelijk dat de VanMoof een beter alternatief is. Een unieke commercial met een duidelijke boodschap. De Franse autoriteiten vonden de video zelfs zo aanstootgevend dat hij in Frankrijk verboden werd. Iets wat VanMoof publicitair geen windeieren heeft gelegd.

De VanMoof commercial genereerde 2.2 M views



Time to ride the future

VanMoof plaatst seriematige content met Bike Hunters



VanMoof Bike | Part 1: Report - September

Ruimte voor verbetering

Hoewel de content van VanMoof aansprekend heeft het kanaal nog maar 23.7K subscribers. Er liggen nog veel kansen in de 'Think' fase en de 'Care' fase om kijkers en klanten nog meer te betrekken bij het kanaal.



GAMMA

Domineert de zoekresultaten in YouTube & Google

Veel merken benutten de kansen die YouTube biedt nog niet. Kansen die GAMMA, als een van de weinigen, wel benut. Zij domineren de markt rondom Tuinklussen en isolatie. De combinatie van datagedreven onderzoek, contentproductie en slimme distributie blijkt ook voor GAMMA een gouden formule om de zoekresultaten in YouTube en Google te domineren. De video's zijn gezamenlijk ruim een half miljoen keer bekeken (530.000 views) in 12 maanden tijd wat resulteert in een Share of Views (marktaandeel) van 44,6% en top rankings binnen YouTube en Google.



44,6%

Share of Views

23.500

Uur aan kijktijd

#1

rankings voor alle video's op
YouTube



Case ontvangen?

Interesse om de hele case van GAMMA te ontvangen waarin we precies uitleggen hoe we ervoor hebben gezorgd dat GAMMA deze domeinen op YouTube domineert? Neem dan contact met ons op.

Over ons: Team5pm

Data-driven YouTube Agency

Team5pm is in 2018 opgericht vanuit het idee dat er enorme kansen liggen voor merken en uitgevers om YouTube succesvol in te zetten. Dit platform is al jaren ontzettend populair, maar in Nederland waren er nog geen bureaus die zich hierop specialiseerden. Tot nu toe.

Van strategie tot uitvoer: wij helpen onze klanten in alle facetten aan succes op YouTube. Door videocontent beter te distribueren, optimaliseren en data-gedreven inzichten te geven, helpen we onze klanten aan meer views, kijktijd en conversies op YouTube. Het is onze overtuiging dat video-strategieën gebaseerd moeten worden op data en inzichten i.p.v. onderbuikgevoel of persoonlijke voorkeuren.

Waar we in 2018 met z'n vieren begonnen in een klein kantoor zonder daglicht, zijn we de afgelopen tijd enorm gegroeid. Ons team bestaat nu uit meer dan 30 medewerkers. Daarnaast zijn we in mei 2020 een data en search driven videoproductie studio begonnen: onze creative studio.



Team5pm | The YouTube Agency



Onze klanten

Wij mogen werken voor nationale en internationale merken



Canon



CenterParcs



prime video



Castrol



De Telegraaf



Gamma



THE OCEAN
CLEANUP



Rode
Kruis



Analyse & bronnen

Opzet & toelichting

- | - Alle Nederlandstalige video's m.b.t. het aankopen van fietsen die zijn geüpload in de laatste 3 jaar (oktober 2018 - september 2020) zijn geanalyseerd. Voorbeeld: video's over professioneel wielrennen zijn dus niet meegenomen. Een review over een racefiets wel.
- | - Dit betreft enkel video's met meer dan 1.000 views en 50 engagements (likes/comments/shares). Hierbij zijn alle geadverteerde video's (commercials) buiten beschouwing gelaten. Prestaties (views) van advertenties zijn veelal gebaseerd op de hoogte van het budget en niet de kwaliteit. We kijken dus puur naar de organisch goed scorende content.
- | - De dataset betreft 203 Nederlandstalige video's. Alle internationale video's waar Nederlanders naar kijken rondom fietsen zijn dus buiten beschouwing gelaten. Ook views op eerder geüpload video's (september 2018 en eerder) in de afgelopen drie jaar zijn niet meegenomen. De totale omvang van het aantal views rondom fietsinspiratie & aankoop is dus nog groter.
- | - Bronnen:
 - Slide 5: Bovag, Verkoop Elektrische Fietsen blijft groeien, Februari 2020
 - Slide 7: Newcom Social Media Onderzoek 2020, Januari 2020
 - Slide 9: Google/Talk Shoppe, July 2020
 - Slide 9: Google/Magid Advisors, Global (U.S., CA, BR, U.K., DE, FR, JP, IN, KR, AU), "The Role of Digital Video in People's Lives," n=20,000, A18-64 general online population, August 2018.
 - Slide 10:: Milestone Research, Click Curve Data: Rich organic search results are key to drive your SEO traffic, October 2020
 - Slide 10:: SearchMetrics, 2019 SEO Year-End Review, December 2019



Succes op YouTube?

LET'S TALK!



jelmer@team5pm.com



Team**5pm** | The YouTube Agency

