

## **Verslag gebruikersgroep Prisma 18/11**

### **Eline geeft stand van zaken van het project (zie bijlage slides)**

#### **Eline licht toe waar we staan met de individuele gesprekken**

- Awareness is er, maar de tijd ontbreekt vaak
- Website blijft het grootste werkpunt (voor het merendeel van de bedrijven)
- Er is wel wat angst voor Facebook omwille van de verwachting van negatieve recensies: Reactie van het Prisma team: Persoonlijke reacties zijn zeer waardevol. Maar ook negatieve reacties kunnen interessant zijn, omdat je als reactie daarop kan tonen dat je een goede service levert.
- Tijdens de individuele gesprekken wordt vooral gekozen voor scenario 1: nieuwe klanten aantrekken. Reactie van de gebruikersgroep en het Prisma team: het gevaar is dat je de bestaande klanten niet meer aanspreekt. Gebruikersgroep: we richten ons al via andere middelen naar bestaande klanten. Vb Nieuwsbrief, ... Waarom vooral focus op nieuwe klanten? Omdat 'oude' klanten verouderen, omdat verenigingen afnemen, omdat ze andere opties hebben (zelf met de wagen gaan, "ik kan het wel zelf").

#### **We stellen de gebruikersgroep enkele vragen over het gebruik van de tool en de noden/verwachtingen die ze hebben**

- Vragen: hoe doe ik facebook, hoe doe ik een goede mailing via Mailchimp? Mogelijke actie voor het Prisma team: hands-on-advies, tips & tricks integreren in de tool om te gaan met digitale media.
- Zijn er bedrijven waarvoor de tool geen uitdaging biedt? Eline: ja. Er zijn er enkele.
- Hebben jullie verdere stappen ondernomen? Eline, zijn er bedrijven die een opvolging hebben gevraagd?: neen
- Is het nuttig om technische partner mee te brengen naar gesprek? Ja dit kan zeker, vooral wanneer je zelf weinig kent van de website.
- Heeft de digitale aanpak resultaat? Reactie gebruikersgroep: Ja, ze vinden ons via de website. Een facebookbericht werkt soms beter dan de website (vb zeggen dat er nog plaatsen vrij zijn).

#### **Wat zijn de verwachtingen/noden naar toekomstige workshops?**

- Social media workshop: vooral focus op Facebook
- Ander lid van de gebruikersgroep: LinkedIn
- Besluit van het Prisma team: eerst een workshop met overzicht van verschillende social media kanalen en daaraan gekoppeld een hands-on-aanpak voor Facebook. Dan een navraag wie er interesse heeft in LinkedIn, om vervolgens eventueel een LinkedIn workshop aan te bieden

#### **Hoe zouden we het eindevent moeten aanpakken?**

- Datum? Lentereceptie?
- Testimonials van de mensen die het gedaan hebben. Positieve getuigenissen.

- Interessante spreker, keynote?
- Verschillende tafels met experts over verschillende tools. Vb Gillis.
- Christoph: voorbeeld tonen van hoe het in een andere sector gaat? ... veel ongelovige thomassen. Het gaat niet 'plakken' omdat ze niet geloven dat het in de sector gaat werken.
- Lid met de gebruikersgroep: het kan juist interessant zijn. Wel vergelijkingspunten hebben met onze sector. Mag een andere sector zijn maar wel vergelijkbaar.