

# 'Mijn Heracles'

Een uniek membership om meer binding te creëren



Project	Heracles Almelo – 'Mijn Heracles'				
Vakgebied	Marketing/ Commercie	Club:	Heracles Almelo	Door:	Bas Wolters (Manager Marketing & Communicatie, Heracles Almelo) en Daniël Jellema (KNVB Expertise)

**Op 12 augustus 2020 werd het platform 'Mijn Heracles' gelanceerd voor seizoenkaarthouders, sponsoren, fankaarthouders, Herakids en leden van #teamzwartwit. Met dit platform wil Heracles exclusieve content aanbieden in de vorm van nieuwsberichten, video's, Q&A's, voorbeschouwingen op wedstrijden en nog veel meer. Alles om de doelgroep(en) meer en meer te binden door een uniek membership.**

Heracles Almelo had het idee om de supporters en sponsoren meer te binden aan de club met 'Mijn Heracles'. Nu de stadionstoeltjes akelig leeg blijven door Corona en Heracles de supporters wil blijven betrekken, was dit de ideale situatie om het platform te lanceren; er wordt écht een kijkje in de keuken van Heracles Almelo gegeven. Het platform is nog volop in ontwikkeling: *"We zijn dagelijks bezig met het bedenken van nieuwe content voor ons platform. Denk hierbij aan Q&A's met spelers, prematch-uitzendingen, wedstrijdverslagen, een quiz in de rust in samenwerking met onze hoofdsponsor Asito en nog veel meer!"* – Bas Wolters, Manager Marketing & Communicatie.

Elke doelgroep krijgt, door middel van Single Sign On (Mijn Heracles account) en de rollen die Heracles c.q. Advise via SportsAlliance ophaalt, speciale rechten op een pagina die men verkrijgt door in te loggen. Deze techniek stelt Heracles onder anderen in staat om per doelgroep exclusieve kortingen in de fanshop aan te bieden. Er maken nu 5.600 seizoenkaarthouders en 450 sponsoren gebruik van 'Mijn Heracles'.

Op het platform zijn onder anderen uitzendingen van Heracles TV terug te zien voor toeschouwers die geen Fox Sports abonnement hebben. Ook is de [Heracles Clubavond](#) (welke normaal gesproken jaarlijks en fysiek plaatsvindt) als eerst exclusief online georganiseerd voor leden van het platform. Bas Wolters: *"We hebben positieve reacties ontvangen op de Online Clubavond. We denken*

---

*"We zijn dagelijks bezig met het bedenken van nieuwe content voor ons platform. Denk hierbij aan Q&A's met spelers, prematch-uitzendingen, een quiz in de rust in samenwerking met onze hoofdsponsor Asito en nog veel meer!"*

*Bas Wolters, Manager Marketing & Communicatie, Heracles Almelo*

*erover om dit maandelijks terug te laten komen in plaats van jaarlijks. Op deze manier geven we leden van het platform de kans om exclusief Heracles-nieuws mee te krijgen".*

## Enkele hoogtepunten 'Mijn Heracles':

- 2.000 (35%) ingelogde personen en (gedeeltelijk) meekijkend naar de oefenwedstrijd (livestream): De Graafschap – Heracles (22/08/2020);
- 2.100 (38%) ingelogde personen en (gedeeltelijk) meekijkend naar de oefenwedstrijd (livestream): Heracles – Telstar (25/08/2020);
- 2.100 (38%) ingelogde personen en (gedeeltelijk) meeluisterend naar de bekerwedstrijd (radioverslag) Heracles – Telstar (28/10/2020);
- 500 (10%) ingelogde Heracleden die stemden op de shirtverkiezing;
- 1.000 (17%) ingelogde personen en (gedeeltelijk) meekijkend naar de [Online Heracles Clubavond](#) (09/11/2020).

Tot slot heeft Heracles de Black & White weeks in 'Mijn Heracles' ([mijn.heracles.nl](#)) geïmplementeerd. Achter elk vakje zit een verrassing (variërend van cadeaus tot video's van spelers) vanuit sponsoren & partners. De actie loopt van 26/11/2020 tot en met 24/12/2020 en is bedoeld voor alle Heracles fans, waarbij er exclusieve acties beschikbaar zijn voor seizoenkaarthouders en sponsoren.



# 'Mijn Heracles'

Een uniek membership om meer binding te creëren



VIDEO'S, INTERVIEWS EN MEER  
**EXCLUSIEVE CONTENT VOOR SEIZOENKAARHOUDERS**

[MIJN.HERACLES.NL](https://mijn.heracles.nl)

**KNVB** | EXPERTISE

Centrum voor Onderzoek & Kennismanagement Betaald Voetbal