



# STELLING

**Zijn influencers onderdeel van jullie marketingstrategie?**



# DE DRIJFVEREN VAN JONGEREN OM TE DONEREN

**Marit Ackermans (MSc.)**

**Marketing and Corporate Communication**

**(+ Onderwijs en Innovatie)**

**Vrije Universiteit Amsterdam**



# UIT ONDERZOEK VAN HET CBF BLIJKT DAT DONATIES VAAK KOMEN VAN MENSEN BOVEN DE 35 JAAR





# DOEL VAN HET ONDERZOEK

**Een vergroting van de doelgroep van het CBF van  
35+ naar 18+**



# ONDERZOEKSVRAAG

**Welke eigenschappen van een influencer hebben invloed op het geefgedrag van jongeren (18-25 jaar)?**

# LITERATUUR ONDERZOEK

## Intentie tot donatie

- **Motivatie: de drijfveer of reden van een individu om tot een actie of prestatie te komen**
- **Identificatie: jezelf kunnen herkennen in iemand of je kunnen relateren tot iemand**
- **Geloofwaardigheid: aannemelijkheid, betrouwbaarheid**
- **Gedragsovertuiging: de overtuigingen die we hebben rond de uitkomst van specifiek gedrag**
  
- **RAA-model (veel onderbouwing)**
- **MODE-model (minder onderbouwing)**

# **HYPOTHESES**

**H1: Gedragsovertuiging heeft een positief effect op de donatie intentie van jongeren.**

**H2: Motivatie heeft een positief effect op de donatie intentie van jongeren.**

**H3: Geloofwaardigheid heeft een positief effect op de gedragsovertuiging van jongeren.**

**H4: Identificatie heeft een positief effect op de motivatie van jongeren.**



X



# METHODE (1)

**Leeftijd 18-25 jaar, eigen netwerk, social media**  
**Experimenteel onderzoek: vragenlijst**

Bekende influencer (identificatie) x zonder keurmerk (geen geloofwaardigheid)

Geen bekende influencer (geen identificatie) x zonder keurmerk (geen geloofwaardigheid)

Bekende influencer (identificatie) x keurmerk (geloofwaardigheid)

Geen bekende influencer (geen identificatie) x keurmerk (geloofwaardigheid)



# METHODE (1)

## CONDITIE 1

## CONDITIE 2

## CONDITIE 3

## CONDITIE 4

**CONDITIE 1:** A post from 'rijkhofman' showing a person in a red jacket sitting at a table with food, drinking from a glass. The video is partially obscured by a red and orange overlay.

**CONDITIE 2:** A post from 'ka.rs' showing two people outdoors, one with their arm around the other. The video is partially obscured by a blue and white overlay.

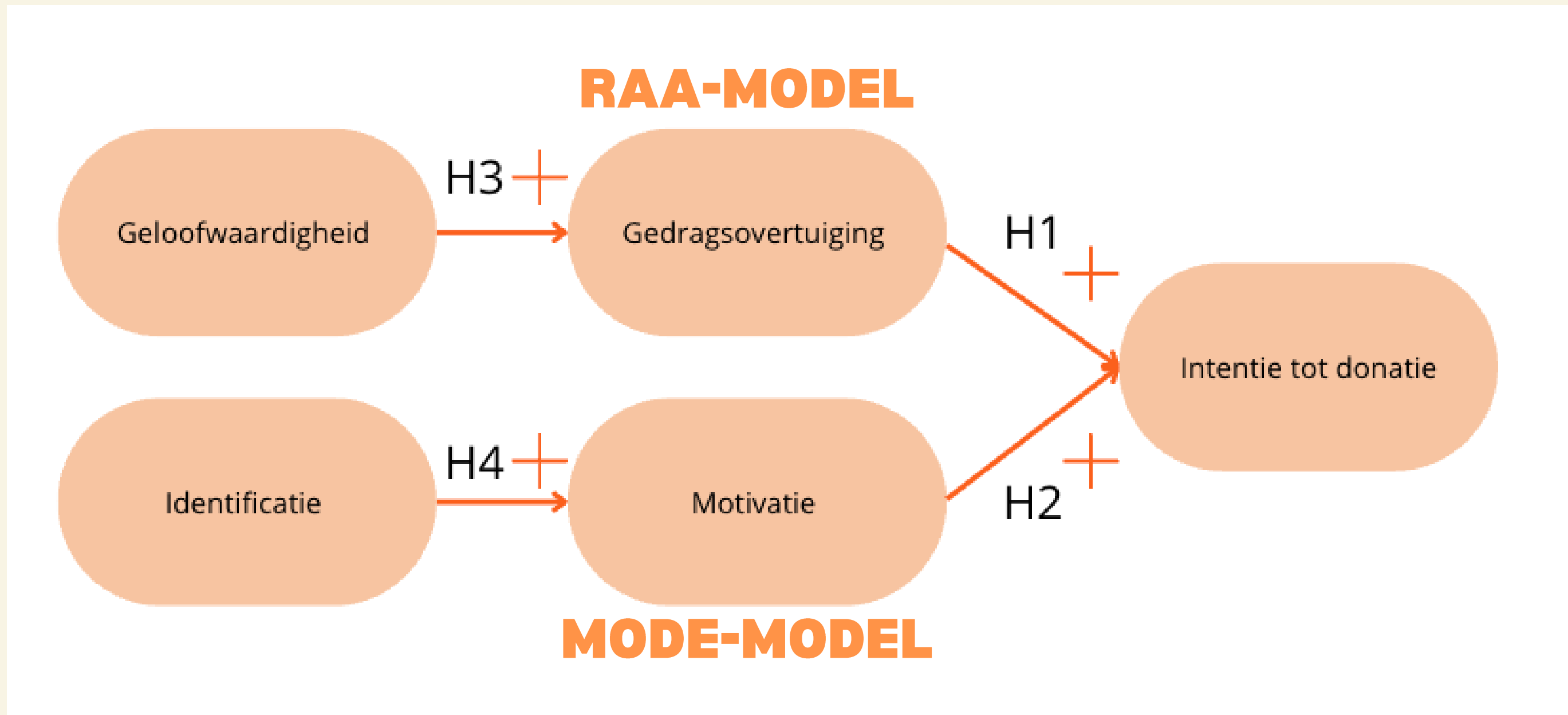
**CONDITIE 3:** A post from 'rijkhofman' showing a person in a red jacket sitting at a table with food, drinking from a glass. The video is partially obscured by a red and orange overlay.

**CONDITIE 4:** A post from 'ka.rs' showing two people outdoors, one with their arm around the other. The video is partially obscured by a blue and white overlay.

Interactions for all posts include: **andere(n) vinden dit leuk**, **rijkhofman** Kerst vieren samen is het leukste wat er is. Maar wat nou als je degene die het dichtst bij je staan niet meer herkent? Of eigenlijk niet weet dat het kerst is? Steun Alzheimer NL nu, link in bio! #doneer #AlzheimerNL



# ANALYSES



# RESULTATEN (1)

- **H1: Gedragsovertuiging**  **Aangenomen**
- **H2: Motivatie**  **Aangenomen**
- **H3: Geloofwaardigheid**  **Aangenomen**
- **H4: Identificatie**  **Aangenomen**

# RESULTATEN (2)

## EXTRA ANALYSE



- **Gender: intentie onder vrouwen hoger**
- **Mediatie effect: Geloofwaardigheid verhoogt de gedragsovertuiging, wat vervolgens weer de intentie tot donatie verhoogt**

# CONCLUSIE

- **De motivatie verhogen, dit kan d.m.v. identificatie**
- **De identificatie verhogen, influencers in zetten waar jongeren zich mee identificeren**
- **Het is belangrijk dat de influencerposts geloofwaardig zijn**
- **Dit kan a.d.h.v. bijvoorbeeld het keurmerk van het CBF**
- **De gedragsovertuiging stijgt wanneer jongeren zien dat een post geloofwaardig is en dit zorgt voor een hogere intentie tot donatie.**

# ONDERZOEK DOEN

- **Met wie identificeert mijn doelgroep zich?**
- **Pre-test uitvoeren, welke influencer is passend? (Dit kan fysiek of digitaal)**
- **Kennen jongeren mijn organisatie? Hoe ervaren zij de organisatie? Geloofwaardig/betrouwbaar/bekend?**
- **De bekendheid van het (keur)merk en de betrouwbaarheid van de organisatie onder de jongeren testen**
- **Focusgroepen**

# Q&A



**Vragen? [m.ackermans@student.vu.nl](mailto:m.ackermans@student.vu.nl)**