



Final Report Internship

CYCLE CARE

External supervisor: Jo-Ann Dietz & Okkie Kok

AMSTERDAM, THE NETHERLANDS

Maartje Kral (S3941094)

Undergraduate UCG - Social Sciences

m.a.kral@student.rug.nl

Academic supervisor: Julia Doornbos



Table of Contents

Rationale as to why I choose this specific internship	2
Overview of preparation and application	2
Expectations prior to the internship	3
Short description of Cycle Care	3
Description of my tasks during internship	4
Possible tips for future internship students in this field	4
Overview of activities and tasks undertaken during internship	5
Overview of personal learning process	9
Reflection of expectations and if they were fulfilled	11
Summary of supervisor feedback	12
Reflection on future career orientation and prospects	14

Rationale as to why I choose this specific internship

To start, I decided that I wanted to do an internship in my minor space. I felt this urge because I am very practical person. I enjoy learning from books and love to be in university but in some way, I felt not satisfied in my academic and professional development. A practical learning experience, like an internship, felt like the perfect opportunity for me. Not only because I wanted to experience a practical way of learning but also to orientate within the work field.

When I decided that I wanted to do an internship in my minor space, I started looking for internships in the media field. Currently I am majoring in Social Science, without a specific specialization but with a focus on Media & Culture, Business and Psychology. I have always had a great interest in media, as I believe that media is one of the main drivers of structural societal change.

I started looking online and stumbled upon the internship application from Cycle Care for the function: Online marketing and community builder. The combination of the job description (a mixture between marketing and media-based work) and the companies focus (spreading expert-checked information about the female body) sparked my interest. The course Love, that I followed in the first year of UCG showed me that I have a deep interest in human relationships, sexual interaction and all aspects of our bodies. Besides that, I have always been following people like; Shannon Boodram (sexologist), Esther Perel (psychologist and relationship-expert) and Jada Pinkett Smith (all round superstar). Cycle Care provided an internship that combined some of my greatest interests; the female body, human relationships, journalism on a scientific level and a media platform.

Overview of preparation and application

I had found the internship at Cycle Care on google. I typed "Stages Media" (Internships Media) in the search bar on google and my current internship appeared on (<https://www.vacaturevia.nl/vacature/cycle-care-stagiar-social-media-online-marketing-community-builder/>). Before starting on my application, I made sure to get to know the company inside out. This meant looking up all members of the team on LinkedIn, take in as much content from the platform as possible and get to know the company's core values and principles. The application required me to write a motivation letter and send my resume (both can be found in the appendix 1). However, I thought that a motivation letter and resume alone would not be enough because expected that this internship would get a lot of applications. That is why I decided to make short introduction video. I did some research on how to make the best application video and decided to go with a 1.5-minute video in which I introduced myself, what I was currently doing and why I thought I could be an asset to the team of Cycle. This obviously worked because I got an invitation to an application interview.

For the interview, I again made sure that I had a solid preparation. I refreshed the knowledge I gained earlier in the application process. In addition to my research about the company I tried to prepare for possible question. For example, my application was for the function of Online marketing and Community builder so I

expected that one of the questions would be what an idea of mine would be for new social presences in order to gain more community members. And indeed, that was one of the questions that was asked during my interview. Because of my preparation I was able to look at all Cycle's current social outlets, community and tone of voice, and suggest a podcast.

After getting the internship at Cycle Care as Online marketing and Community builder I did some preparation. This preparation consisted of getting comfortable with Adobe InDesign, Illustrator and Premiere Pro. Other than that, I did some research into online marketing and made sure that my laptop had enough memory free.

Expectations prior to the internship

Prior to the internship I thought it would be an internship with a lot of freedom and opportunities. Since the company is a young start-up and only has 5 team members, I expected that everybody in the team helped with almost all of the processes within the company. This diversity in tasks and responsibilities is what draw me to this specific internship.

I expected this internship to be to include lots of content-creation for social media outlets. I was very willing to do this type of work however, I had already specified for myself that there was a wider spectrum of skills that I wanted to acquire. I wanted to develop better creative writing skills and also get more inside on business strategies. Since the job description said that there would be a lot of freedom within the internship, I expected this to be no problem.

Other than that, I tried to go in to this internship as blank and as free from expectation as possible. I do believe that good preparation follows from setting expectations but that as long as you keep an open mind you might learn all kinds of things you would never think of in the first place.

Short description of Cycle Care

Cycle Care is an (online) content platform that focuses on the modern (young) woman to learn everything about feminine care. The platform provides information and answers to questions that are important to today's women in a modern, honest way. Cycle works with experts such as sexologists, dermatologists, dieticians and gynecologists. In addition, their community platform is growing fast and they are always looking for new content and social media concepts. Cycle is a community where there is an open-minded conversation about all aspects of the female body. From menstruation to menopause: we help you to get to know your body & mind and sexuality better. For you to feel confident, make the choices that suit you and enjoy your femininity to the fullest. Cycle consists of medical experts and experiential experts, of which everybody is one.

Description of my tasks during internship

The job description was as follows:

Job description & activities

Do you want to be part of one of the leading female start-ups?

Together with us you will manage the social media channels (Facebook, Instagram, LinkedIn and YouTube), devise new campaigns, create content for social media and the website (text, visual and video) and participate in the online marketing strategy. In addition, you are part of the team that will further expand the Cycle Community.

Job description & activities

Your tasks and responsibilities include

- You feel comfortable on Facebook, Instagram and other social media channels and are aware of the latest trends.
- You are a connector and understand how to build a community. You take joy in communicating with our followers.
- You have some experience with programs such as InDesign & Photoshop or are willing to quickly master these.
- You like to write (creatively) and you have a talent for it.

Within our company there is always the possibility to orientate yourself creatively. For example, are there other creative powers that you possess? We are always open to new things.

Possible tips for future internship students in this field

My number one tip would be about the application process. Make sure you stand out! My suggestion would be an application/introduction video. Image being on the other side and receiving multiple applications a day. If one of them has a video, that will be the one you will look at first. The video does not have to be long, in fact I would suggest keeping it under 2 minutes, but make sure to showcase yourself. Do not sum up your resume. Tell them something about you that they cannot know yet but that is relevant for them to know. There are multiple videos on YouTube where you could get inspiration from.

My second tip would be, really vocalize what you like, would want to learn and are less interested in during the internship. Through clearly communicating what you think of what you are doing will allow coordinators to guide you better. However, it is not only for your coordinator but also for yourself. I have experienced that if you are vocal about what you like and what you would want to learn, that more of those tasks and activities are thrown at you. Furthermore, it helped me to clearly structure my thoughts, vision and learning plan throughout my internship.

Overview of activities and tasks undertaken during internship

Within my 6 months of internship at Cycle Care, I was fortunate enough to get the opportunity to undertake lots of activities and tasks. In order to give a clear overview of the activities and tasks undertaken during my internship, I have divided them in three categories; (1) Tasks that were weekly and daily, (2) Big events and activities, and, (3) Remaining.

(1) Tasks that were weekly and daily

Sked planning (weekly)

One of my main tasks during the internship was managing all the social media channels of the company. The planning of Sked was therefore an essential task and a weekly reoccurring thing. Sked Social is a visual social media marketing platform for businesses, brands and agencies. In the case of Cycle Care, Sked was mainly used for Instagram. In appendix 1, I have put some visual representations of Sked and how I used to plan the content for Cycles' Instagram. (If you are interested, you can find the content I made on Instagram @joincycle from 01-05 until 01-10). The weekly planning of Sked involved 4 to 5 pieces of content per week. Throughout the week I would search for suitable images, memes, quotes, etc. and upload them in the drafts (see appendix 2.1). If I would already come up with suitable captions, I would immediately fill them in and if not, I would leave it for later. Then I would put the images in the planner and play with the feed lay out until I was satisfied with the esthetic. After that, provided the images with an appropriate caption and hashtags. Every Wednesday, the founder, the creative director and I would have a Social content meeting in which we would go through the planning for the upcoming week. It was my tasks to make this planning and they would give me feedback on the planning.

Social media data meetings (weekly)

In the beginning of my internship, I was asked to make social media strategies for Facebook, Pinterest, TikTok and Youtube (see appendix 3, I have not incorporated all due to confidential information). For Instagram, however, Cycle Care already had a clear strategy. Although a strategy was in place, it could be optimized. There was no collecting of data and therefore no checking to see if the strategy really worked. That is why we as a team decided, at the beginning of June, to start with weekly Social media data meetings. These meetings were held on Monday and incorporated the two founders, the creative director and myself. My job was to prepare these meetings. The preparation included an overview of the weekly overall data of the Cycle Instagram account, a competitor analysis of the main competitors of Cycle and the derived learnings of all the data (see appendix 4).

News Checks (daily)

One of the learnings that we derived from data early on, was that actuality scores. That was why a news check was incorporated in to my daily routine. I would make sure to check the news and relevant social media accounts at the beginning and end of my workday. Any news that was relevant for Cycle, I would immediately repost (in a Cycle format) on the story function of Instagram and Facebook. Relevant news

topics for Cycle were for example legislative changes in abortion laws or a breakthrough in contraceptive research for men.

Interactive Instagram quizzes (weekly)

Another learning that we derived from data was that informative and interactive content worked really well. That is why we introduced the informative and interactive weekly Instagram quizzes. Each week would have its own topics. These topics varied from orgasms to menopause and from vaginal discharge to contraceptives. My job was to make these quizzes (containing approximately 8 question about 1 topics), post them every Wednesday and track the responses.

Community managing (daily)

Managing the Cycle community was a big task during my internship and one of my main priorities. The three big channels on which the community was mainly active was the Cycle Forum, the Facebook-group and the Instagram page. The managing of the community consisted of replying to questions and reactions, and initiating conversation. At the end of the internship, I converted my gained knowledge about conflict management (which is a big part of community management) into an one-pager for Cycle Care (see appendix 5).

Ambassador program

The Ambassador program was really my project. During the month of June, the two founders of Cycle Care asked me to come up with a way to create 'free' publicity. I then came up with the Ambassador program. In this program, a group of 'ambassadors' (followers of Cycle that love the company) will post about Cycle throughout the month (see appendix 6 for a more elaborate description of the program). The Ambassador program is a way to incorporate Cycle's community and use it for publicity. A win win situation in my eyes. And apparently also in the Cycle teams' eyes. I got the green light to set up this project. My job was basically the whole program. From setting up the program (see appendix 6.1), to recruiting new ambassadors (see appendix 6.2), posting & reposting ambassador content and maintaining contact with the ambassadors throughout the month.

(2) Big events and activities

Brand shoot

The Cycle Brand Shoot was one of the most incredible experiences of my whole internship. In the beginning of May, the planning of the new brand shoot started. Since Cycle has such a small team, and I very much offered my services for this shoot, I was incorporated in the whole process of the shoot. I was responsible for the whole planning of the shoot together with the creative director. This planning included the picking of the shots, the picking of the models, the picking of the location, the styling, the make-up, etc. From calling locations to the arranging of a make-up artist. I learned how to make quitclaims, call-sheets and a script (see appendix 7).

On the day of the shoot (23-06), one of the founders got sick. The creative director was behind the camera the whole day and I was the one who made the script, knew the call-sheet, models and times of whenever people needed to be were. This made

that I, all of a sudden, was in charge of the shoot that day. Everything went smooth and according to the scheduled times. I felt in my element and got some great compliments on which I will reflect in my overview on personal learnings.

Production of 'Maandverbond'

Maandverbond was a Dutch multimedia experience created by the VPRO in which you could learn more about your cycle. As Cycle Care, we got the opportunity to create an online special as promotion for Maandverbond. We got free range on what we wanted to do and got to do it with two of the presenters of Maandverbond. For this production, we had to develop a concept. I was involved in the whole process, from concept development to production. On the day of the production, I assisted the creative director with camera, light, audio and the interview. A link to the online special can be found in appendix 8.

(3) Remaining

Promotion and PR

Since Cycle Care is a young start-up, the company is always looking for ways to grow. My job within this mission to grow was to look for influencer collaborations, PR stunts and other online ways to attract attention and generate growth.

One of the ways in which I did this throughout my internship was the online pushing of webinar promotion. Cycle Care offers a lot of webinars (and some for free). I would invest time in looking for suitable influencers. Suitable could mean someone who personally has experience with the subject of the webinar or someone who has a target group that is very suitable for the webinar in question. Thereafter, I would send them a ready-made story post about the webinar (see appendix 9) and ask them to repost. 1 out of 10 influencers would repost, which does not seem like a lot but it would still generate a lot of traffic to the social accounts of Cycle.

Furthermore, we would have almost weekly meetings about big influencer collaborations. In these meetings we would work out concepts about these collaborations and think of ways of how to approach these influencers. During my internship developed concepts for collaborations with Fred van Leer, Miljuschka Witzzenhausen, DeHaarclipvanMarieClaire and Hunkemoller (see appendix 10). My role within these meetings and concept developments was just fully-fledged team member.

YouTube video concept and production

Within my internship, I also got a lot of room to experiment. I came up with the concept for a YouTube video about vaginal health (see appendix 11). For this video, I did the development of the concept, the writing of the script and I assistant the creative director during the production. I am also the one who is presenting in the video. The video is already produced but currently not out yet. (If you are interested, let me know and I can share the video with you).

Writing articles

During my internship, I got the opportunity to write 5 articles and 1 review. For one of the articles I did an interview with a wax salon and the other 4 I based on literature research. After writing the articles, they got sent to experts and got fact-checked. The subjects of the articles are: Mental overstimulation after Corona, Condoms, Pain during anal sex, Shaving of pubic hair and Comebacks to excuses to not wear a condom. All my articles got published on the Cycle website (www.cycle.care) (see appendix 12). The review was about a premiere of a short-film. I got to go this premiere and see the movie. Afterwards I wrote a review, and this review also got published on the Cycle website.

Contact with MOOI Agency

MOOI Agency is a PR agency that owed Cycle a favor. One of the founders thought it would be a good learning experience for me to handle all the contact between MOOI Agency and Cycle Care. I was therefore the point of contact for MOOI Agency. I was also responsible for the concept development of the project the MOOI was working on for Cycle (see appendix 13).

Overview of personal learning process

In this section, I will reflect on my personal learning process. This section will be divided in professional learning goals and general learning goals. I will reflect on my personal learning process based on each individual learning goal.

Professional learning goals

1. *I want to learn how to set up a professional online marketing campaign. I plan on doing this through attending as many staff meetings about strategies as I am allowed to and keep minutes. In this way I can formulate written formats on how online marketing strategies are developed.*

I believe I achieved this learning goal through a couple of undertaken tasks and activities; Social media data meetings, development of Instagram marketing plans, the ambassadors' program and the whole brand shoot. Through the social data meetings, I learned the relevance of data and how to transform this data into a strategy. The weekly meetings showed me how the founders of the company would interpret data and how we would use it into practice. The development of Instagram marketing plans, I found to be a real strength of mine. I really enjoy the developing of concepts. However, I also learned that I need to be careful that I do not get stuck in "the concept-phase", and that in actually starting/doing the greatest development can be found. In my initial learning goal, I stated that I would come up with "written formats". However, during my internship I realized that that is exactly "the concept-phase" instead of a "doing-phase". Hence why I immediately put that lesson into practice and got to create the ambassadors' program. Setting up this program by myself taught me a great amount about how marketing strategies are set up (see appendix 6). The whole brand shoot was a massive learning experience for me. I learned a lot of organizing skills, learned how to promote a company in a commercial way and learned the basics of such a production. Through this experience I found that I am really strong in organizational roles and the shoot was the work that I got most praise for within the company.

2. *I want to learn how to use Adobe Photoshop, InDesign and PremierePro. To accomplish this, I already started a subscription with Adobe and Skillshare. Skillshare allows me to take endless courses in all Adobe programs. As I am responsible for the social media outlets, I am going to be working with these editing programs. I will keep a portfolio of all my work in order to track my progress.*

My portfolio is basically the Instagram page of Cycle (@joincycle). During my internship I got all the opportunity to work on this learning goals. Since the social media outlets were my responsibility, I got to work with these programs all the time. The creative director of the company was always there to help me, which really improved my skills. Especially Adobe Photoshop and InDesign are programs that I have really made my own. I did not work as much with PremierePro simply because there was not that much video material. However, I did instead learn how to navigate

around Figma. This is the program in which I for example made the script for the brand shoot. Reflecting on the programs I got myself familiar with, Figma is a very valuable addition as it can be used for concept and strategy development. These are two things I would really want to pursue in a future career.

3. *I want to improve my engaging writing skills. I already discussed with my coordinator that there is a possibility for me to also write articles. In order to improve my skills and meet the standards of the company, I am planning to write at least one or two articles a month. I will be sending these to my internship coordinator to ask her for feedback. I will do this until I am on a level where my pieces could get published.*

The last sentence of this learning goal is definitely accomplished. All my pieces got published. This might be because of the prepping I got before actually starting to write. I got a style-guide of the company and read a lot of pieces already existing on the website. Especially the style-guide, consisting of 15 pages about tone of voice and overall writing style really taught me how to write for entertainment purposes. The company still has a scientific background but I found it very refreshing to be able to write about this in an engaging way.

Generic learning goals

1. *I want to explore the media field and find which role within that field suits me. I want to get more information on what it is like to work in the field, what the possible activities are, what professionals in the field consider to be strong and weak characteristics for a career in media. I am planning on having conversations with every member of the team and asks them about this.*

Because of the size of the team, 5, I got to be involved in almost all the processes of this young femtech startup. This enabled me to get a good overview of all the roles within this media orientated company. I had/have really close connections with all the team members which led me to know everyone's background (what they studied, what they did before this job, etc.). The information I gained, I have found to be very helpful when orientating on masters and future careers. Through the brand shoot and the development of online marketing strategies I have learned that I have a talent and passion for production, something I would really want to pursue in the future. I have also learned that I would not want to be working with social media on a full-time basis. I enjoyed the managing of the social media account for this internship but superficiality, the "need to score at every cost" mentality and flightiness are things I do not want to pursue in the future.

2. *I want to learn how to guide my creativity and become better at visualization. My internship coordinator is the creative director of the company. I hope that she can guide me and give me tools to accomplish this.*

I would want to say that this goal is accomplished, and I do believe has been accomplished for a great deal, but it will probably always be a work in progress.

Through this internship, I have learned that I am full of ideas and creativity but that sometimes I lack perseverance. I start but I do not finish. I have the idea but too often it does not leave the paper. Especially one of the founders has pushed me a lot to actually go out there and do it. She said to me “I would rather you get it out there and make a mistake then keep it within this room. Mistakes we can fix but with not starting we can do nothing.” This really stuck with me and has led to some great projects. I learned that I feel the need to fully master a skill of know a concept inside out before starting. The founder has really thought me that the basis of entrepreneurship is getting things out there and just going, even if you are not 100% sure.

3. *I want to learn the most efficient way of conflict management. Since I will be managing the social media channel and the company's forum, there will be lots of conversation and possibly conflict. I will search for a couple of conflict management styles (on the internet) and run them on different occasions (in consultation with my coordinator). I will then track the result to identify the most efficient way of conflict management.*

Through managing the community of Cycle, I have certainly achieved this goal. I have created an one-pager on conflict management (see appendix 5) after 6 months of managing the Cycle community. I learned the importance of tone of voice of a company. The tone of voice is what makes the company stand out and the tone of voice is also really important in handling conflict. The most efficient way to handle conflict is to first identify the type of conflict you are encountering. Some types of conflict are simply so deconstructive that it is not even worth engaging. For other types of conflict, it is important to look at public magnitude and some other factors (see appendix 5). I have really learned how to incorporate conflict management during this internship.

Reflection of expectations and if they were fulfilled

As for freedom and opportunities, the internship absolutely fulfilled my expectations. During the internship I got all the freedom to explore different processes and areas within the company. As for the content creation and my willingness to do this, the reality was kind of different then my expectations. During the internship, I discovered that, especially social media was way more draining for me then I thought it would be. I like to be quick, snappy and entertaining and I thought that social media would be perfect for this. However, I have come to realize that I crave more substance. Social media is very quick and flighty. Being quick is more important than being deliberate. This and the fact that managing social media means that you should be able to react (read: work) 24/7 is something that I do not want in a future career. Other than that, I would say that my internship overall at Cycle Care overruled my expectations. I got the opportunity to write, create, develop, organize, debate, and so much more. I really enjoyed working in a startup as it meant that everyone was kind of involved in everything. I feel like I have learned stuff some people learn in three different internships and I did not expect that in the slightest

Summary of supervisor feedback

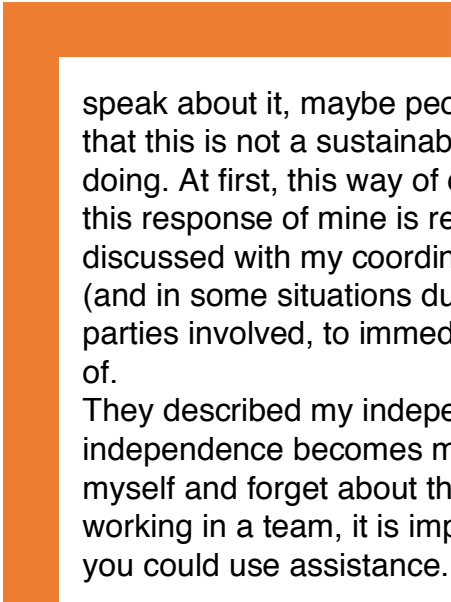
To complete my internship, I scheduled a feedback session with the two co-founders and the creative director. Throughout my internship, one of the founders and the creative director were coordinating the internship. During my six months I had weekly and bi-weekly meetings with both my internship coordinators. These were simple meetings of around 30 minutes in which we discussed my work, my learning goals and other things that were relevant to my personal situation and the overall internship. I genuinely found these meetings very helpful for my personal learning process. In the beginning I found that these meetings reminded me of what I wanted to learn but also allowed me to change these learning goals according to what I was doing and what I had already learned thus far.

For the final feedback session, I sent the assessment form that UCG requires but I also created a second form. This form that I created was a 360 degrees feedback form. Especially since I had gotten pretty close with my team members, I was really interested to hear their answers to somewhat more personal questions. The 360 degrees feedback form, filled in, that I created for this meeting can be found in appendix 14.

According to my coordinators, my strengths are; my flair, my creativity and my overview. They described flair as the way I get things done and who I interact with people. This was mainly displayed in the brand shoot and through the arranging of partnerships for the company. I seem to have an easy and genuine way of interacting with people that apparently works well for the sector this company is in. They described creativity as the way in which I have lots of ideas for many things. Ideas may vary from concrete ideas about content output but also to ideas about how to connect processes within the company. I personally think that 'out of the box' type of thinking comes from my interdisciplinary background at UCG. This background has taught me to look beyond the vacuum of a specific field or area. This broad view has allowed me to come up with various of creative ideas for certain problems. The way they described overview was that I am able to see what trends are going on, see what consumers want but also keep the overview on a project or see the structures within a company or team.

According to my coordinators, my weaknesses are; my loss of focus, my perseverance and sometimes my independence. They described my loss of focus as the fact that I can and want to do a lot but with that comes that I sometimes do not focus enough. Because of the fact that I take on so many projects and keep an eye on so many areas, I tend to not pay enough attention to my core responsibilities. I agree with this feedback and it is also something that I tend to struggle with in my academic career.

They described my perseverance as a result of my lack of focus. Because I get distracted, I tend to lack on core tasks or not finish current work. I do agree with this feedback, however, I do also believe that this lack of perseverance arose from a lack of faith in certain projects or an uncomfortableness. If I did not really believe in certain projects or did not feel comfortable, my first instinct would be to just brush it off and pay it as little mind as possible. In some naïf way I thought that if I did not



Speak about it, maybe people would forget about it. However, soon enough I realized that this is not a sustainable way of dealing with things I did not feel comfortable doing. At first, this way of dealing with a situation was not even conscious. However, this response of mine is really something that I have learned to recognize and discussed with my coordinators during my internship. I have learned that in the future (and in some situations during my internship already) it is way more beneficial to all parties involved, to immediately speak my mind instead of trying to brush the project of.

They described my independence as both a strength and a weakness. My independence becomes my weakness in the sense that I will try to do everything by myself and forget about the possibility to reach out for help. Especially if you are working in a team, it is important to let people in on what you are doing and where you could use assistance.

Overall, I was very pleased with my feedback. I felt like all three team members really took the time to give me critical and useful feedback. However, they did not only give me feedback during the session. Throughout my whole internship, I have had meetings and guidance. I really felt supported in this company and the team enabled me to make this internship a great learning experience.

Reflection on future career orientation and prospects

My internship at Cycle Care has given me great insights with regards to my future career orientation. I personally find it helpful to know what I do not want, in order to get to what want. I will therefore start with the things that I came across that I would not want in a future career. Social media has proven to be something that I would not want to incorporate in a future career. However, this was completely against all my expectations. Previously to the internship, I expected that social media would really be something for me. It is fast, entertaining and snappy but in reality, I found it to be flighty and lacking of substance. In contrast, I found that writing articles really energized me. Through this experience, I now know that in a future career I want to make real stories and not just story posts. I need more substance.

Furthermore, the brand shoot showed me that I have a passion for production which I was not aware of. Running a whole production means that you have an organizational role and a creative role. It has proven to be the perfect combination between my strengths and my interests.

The development of all the plans and strategies has shown me that I work well on a project basis. I like to be involved in the whole process from idea to concept to plan to execution. This internship has shown me that I cannot just take on a project and execute it. I want to create the project and then execute it. This whole process gives me so much fulfilment.

The company is based in Amsterdam which has already proven to get me in to great circles. Especially the co-founders of Cycle are women with lots of good contacts. I had a great connection with everyone on the team of Cycle. They have offered me a spot in the office where I can come at any time and just work. On top of that they have offered me to write my thesis there or come back once I finished my studies. All great offers and definitely very good people to stay in contact with.

To conclude, this internship has taught me a wide set of skills and has helped me to orientate on future careers. I have found that I would really want to pursue a career within the media field. I will be looking at career such as producer, content director, chief editor, etc. Jobs within in the media field that act as bridge builders between different areas within the field and have a great focus on complex content.

Overall, my internship at Cycle Care has been a great asset to my professional and academic development. I have acquired a lot of skills and broadened my network. The people who have coordinated were amazing and I fully support the company mission. I could not have wished for a better internship.

Appendix

1.1

Lieve mensen bij Cycle Care

Mijn naam is Maartje Kral, ben 21 jaar en zit momenteel in mijn tweede jaar aan de opleiding Liberal Arts & Science aan het University College Groningen. Deze opleiding is een hele mond vol maar houdt praktisch in dat ik mijn eigen curriculum mag samenstellen. Zelf omschrijf ik deze opleiding meestal als de studie voor mensen die niet willen kiezen (niet te verwarren met de mensen die niet kunnen kiezen, groot verschil!). Deze studiekeuze zegt meteen ook al vrij veel over hoe ik ben als mens. Ik hou er niet zo van om in hokjes of binnen kaders te denken en heb een ontzettend brede interesse. Mijn focus gaat vooral uit naar de maatschappelijke vakken omdat ik menselijke interactie ongelooflijk interessant vind.

Vakken die ik gevolgd heb tijdens mijn opleiding zijn onder andere; Media & Technology, Social Complexity and Networks en Leadership in Culture. Een vak dat ik tijdens mijn opleiding heb gevolgd wat mij ontzettend intrigeerde was het vak Love. In dit vak werd het onderwerp liefde belicht vanuit verschillende perspectieven (biologisch, filosofisch en psychologisch). Dit vak bevestigde voor mij, mijn diepe interesse in relaties tussen mensen, seksuele interactie en alle aspecten van onze lichamen. Voorbeelden voor mij zijn seksuoloog Shannon Boodram, relatie-expert Esther Perel en allround superster Jada Pinkett Smith. Verder interesseer ik mij enorm in platforms als Damnhoney en de Bovengrondse, vandaar ook dat ik heel erg blij werd toen ik jullie vacature tegen kwam.

Van wat ik van jullie bedrijf heb gezien bieden jullie een zeer onderbouwde manier van informatie die voor iedereen goed behapbaar is. Ik vind dit ontzettend belangrijk omdat op de een of andere magische manier het vrouwenlichaam, en het bespreken daarvan, lange tijd toch wel taboe is geweest. De mix tussen wetenschappelijke informatie en toegankelijkheid spreekt mij heel erg aan en ik zou daarom ook graag deel uit willen maken van deze beweging.

Ik denk dat ik een toevoeging kan zijn binnen jullie team omdat ik interdisciplinair ben opgeleid waardoor ik makkelijk kan schakelen tussen verschillende onderwerpen en misschien nog wel belangrijker, de verbindingen kan zien tussen verschillende onderwerpen. Ik kan goed zelfstandig werken maar functioneer nog beter binnen teamverband. Ik ben bekend met de basis van Adobe Photoshop en Indesign, en momenteel bezig mij te verdiepen in PremierPro. Verder ben ik communicatief vaardig, niet vies van hard werken en altijd wel, op de een of ander manier, creatief bezig. Van wantdecoratie zien in een kapot gevallen spiegel tot een visuele reportage proberen te maken met een videocamera uit 1998.

Ik hoop jullie doormiddel van deze brief een voorproefje van mij te hebben gegeven en waarom ik denk dat een stage bij Cycle Care zo tof is en bij mij past. Ik kijk er naar uit van jullie te horen!

Mijn opleiding schrijft mij voor dat ik minimaal 3 maanden moet stagelopen maar ik ben in principe beschikbaar in periode tussen juli 2021 tot februari 2022.

Met vriendelijke groet

Maartje Kral

0630234761

m.a.kral@student.rug.nl



UNDERGRADUATE STUDENT

MAARTJE KRAL

GET IN CONTACT

Mobile: +31630234761
m.a.kral@student.rug.nl

PERSONALIA

Geboortedatum: 23-12-1999
Namen: Maria Anna Kral
Nationaliteit: Nederlands
Rijbewijs: B & E

Van Speykstraat 42a, 9726 BN,
The Netherlands

QUALITEITEN

- Breed georiënteerd
- Ondernemend
- Creatief
- Georganiseerd
- Extravert

INTERESSES

Naast mijn professionele en academische activiteiten hou ik van sporten zoals skien en yoga, van documentaires en heb grote interesse theater, dans en beeldende kunst.

WERKERVARING

STUDENT AMBASSADOR, RIJKSUNIVERSITEIT GRONINGEN
Augustus 2020 – heden

BARISTA, TOSHKA
Augustus 2020 – heden

CATERING MEDEWERKER, DE MEERHOEVE CATERING
Augustus 2018 – Augustus 2020

SOCIAL MEDIA MANAGER, OPWIERINGEN
Augustus 2018 – December 2018

VERKOOP MEDEWERKER, TUIN VAN MIDDENMEER
Oktober 2017 – Juni 2018

ADMINISTRATIEF MEDEWERKER, TRIPLE A LOGISTICS
Augustus 2016 – September 2017

MAGAZIJN MEDEWERKER, TRIPLE A LOGISTICS
Juni 2014 – Augustus 2016

OPLEIDINGEN

LIBERAL ARTS AND SCIENCES, UNIVERSITY COLLEGE GRONINGEN
September 2019 – heden

VWO (N+G EN N+T), RSG WIRINGHERLANT
Augustus 2012 – Juni 2019

IELTS ACADEMIC ENGLISH CERTIFICATE, BRITISH LANGUAGE TRAINING CENTRE
29-10-2020
CEFR Level C1, Overall Band Score 7,5

CAMBRIDGE ENGLISH LEVEL 2 CERTIFICATE IN ESOL INTERNATIONAL (ADVANCED), UNIVERSITY OF CAMBRIDGE
20-07-2017
Grade C, Overall Score 188

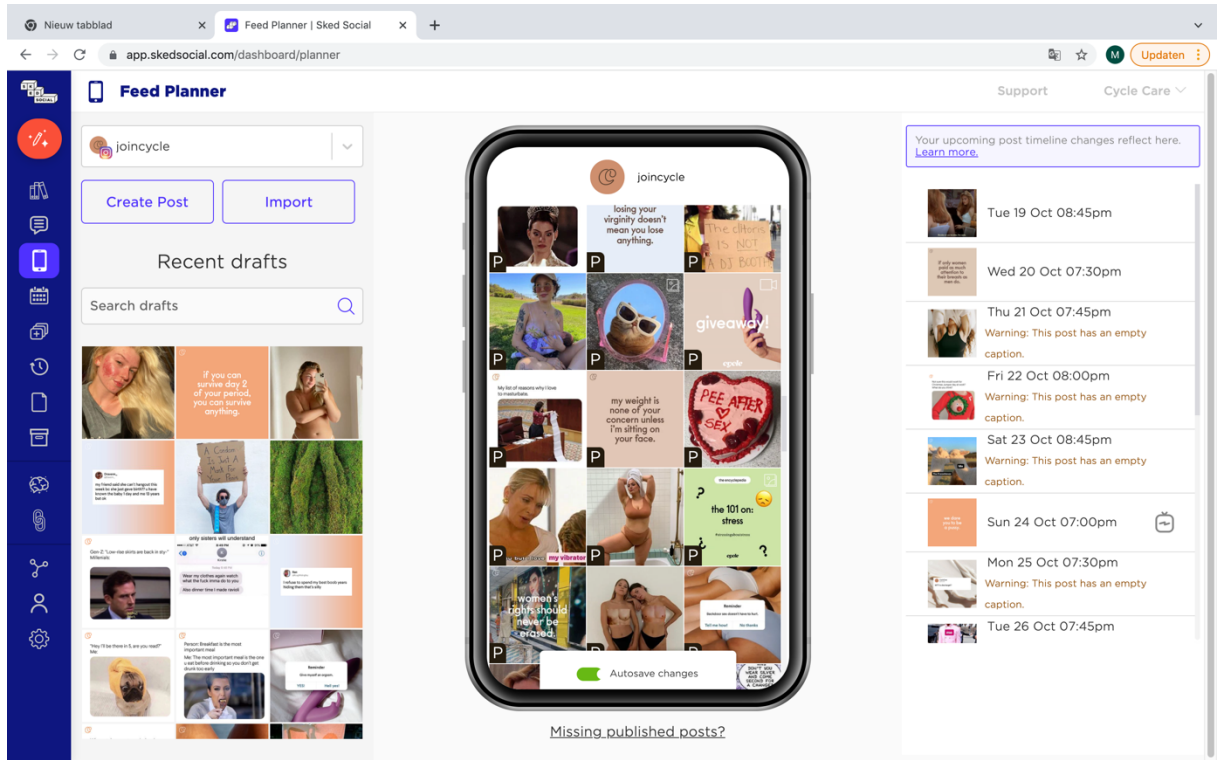
EXTRACURRICULAIRE ACTIVITEITEN

VOORZITTER CAREER MONTH TEAM, CAERUS UCG
November 2019 – Mei 2020

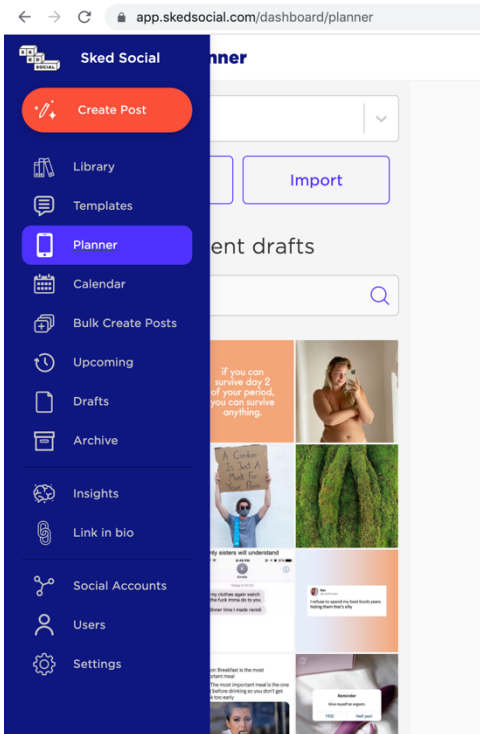
COMMISSIE LID EXAMCOMMITTEE, RSG WIRINGHERLANT
Augustus 2017 – Mei 2018

PITCH ECONOMISCH BELEID, VPRO TEGENLICHT AMSTERDAM
November 2017

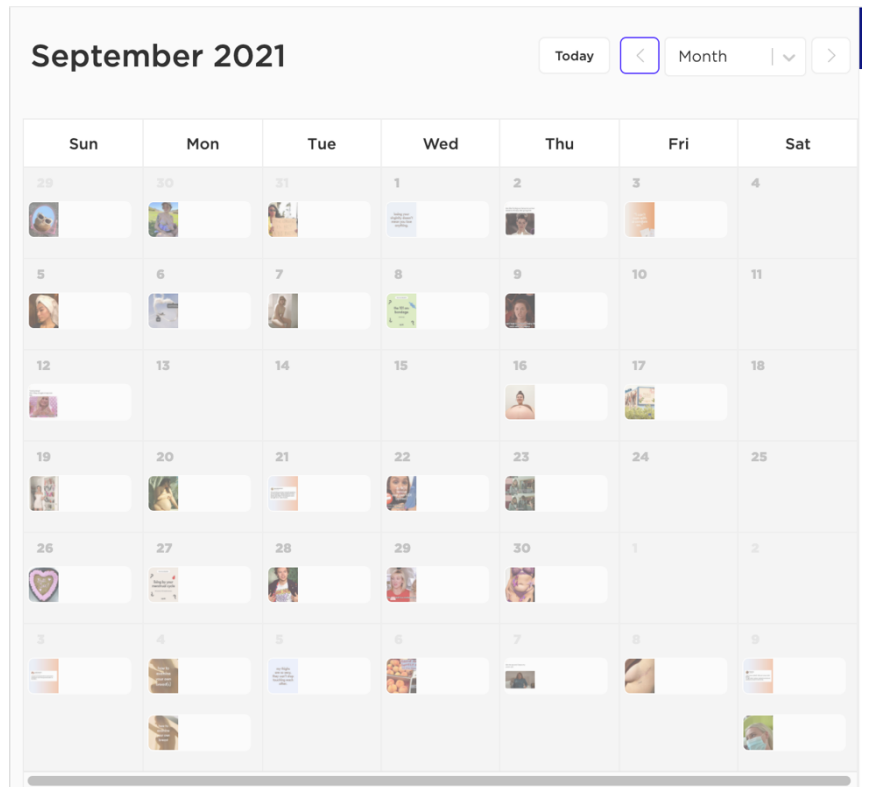
2.1



2.2



2.3



3.1 Pinterest Strategy

Laatste social-media onderzoek van Newcom¹ heeft Pinterest in Nederland:

- 3,5 miljoen gebruikers
- 717.000 dagelijkse gebruikers
- 32% leeftijdscategorie 20-39 jaar, 25% leeftijdscategorie 40-64 jaar

Verder staat Pinterest bekend als vrouwen platform met 71% van de gebruikers die vrouwelijk is. Dit is voor CycleCare natuurlijk zeer aantrekkelijk. Naast de cijfers zijn het vooral de gebruikerskenmerken die Pinterest aantrekkelijk maken om verder op te nemen in de online marketing strategie:

- Gebruikers hebben een plan of project in gedachte en zoeken met intentie
- 77% van de wekelijkse Pinners zegt dat ze zo nieuwe producten en merken ontdekt hebben
- 88% van de wekelijkse Pinners deed een aankoop naar aanleiding van de Pins die ze zagen

Daarnaast heeft Pinterest een veel langere houdbaarheid dan andere social media kanalen omdat Pins niet naar de bodem van je feed verdwijnen. De gemiddelde houdbaarheid van een Pin is 4 maanden. Mensen bewaren pins op hun borden maar ook via zoektermen zijn pins goed te vinden. Daardoor kunnen pins nog steeds engagement en traffic creëren na een jaar of zelf 2.

Strategie:

Mensen zitten op Pinterest omdat ze opzoek zijn naar informatie, inspiratie, ideeën en oplossingen. Het is daarom een visuele zoekmachine en bookmarking-site. Voor CycleCare zou het marketing doel van Pinterest; *Brand Awareness creëren*. Met als secundair doel verkoop stimuleren. De Pinterest strategie voor CycleCare is drieledig; (1) Gebruik van zoektermen, (2) Evergreen content, & (3) Kwalitatief hoogwaardige afbeeldingen.

- (1) Pinterest is vooral een zoekmachine. Daarom is het belangrijk om Pinterest-SEO te gebruiken. Daarmee kun je ranken voor zoektermen op Pinterest. Dat geldt niet alleen voor het van Cycle profiel, maar ook voor de borden en pins. *Verder onderzoek* (<https://themarketingfactory.nl/pinterest-keywords/>)
- (2) Pins en content moeten evergreen zijn (tijdloos). Zo kunnen gebruikers die op een bepaalde term zoeken weer op je pin terecht komen, ook als dat een tijd na plaatsing is. Het is daarom belangrijk dat de geposte content voor langere tijd relevant blijft.
- (3) Mooie, kwalitatieve afbeeldingen trekken de aandacht. Daarnaast bewaren mensen dat soort plaatjes graag en klikken ze er op. Met mooie afbeeldingen bereik je een groter publiek.

Twee andere factoren om in de gaten te houden zijn: branding en consistentie. 97% van de afbeeldingen op Pinterest heeft geen branding. Het kan daarom interessant zijn om een logo-element op een vaste plek toe te voegen aan (bepaalde) uitingen vanuit CycleCare

¹ Newcom (2019)

3.2

Strategie TikTok:

Tiktoks zijn een leuke en effectieve manier om de producten van CycleCare levendiger te maken en meer publiciteit te geven. Het doel is dan ook om de potentiële klant te verbinden aan het product om de verkoop te vergroten. Het is wel van belang dat de toekomstige tiktoks geen "traditionele advertenties" worden omdat dit juist argwaan kan creëren richting het product of het merk. Om dit te voorkomen is het goed om twee verschillende strategieën aan te houden door de filmpjes heen; (1) Komische tiktoks & (2) Esthetische/informatieve tiktoks. Afhankelijk van het product zal er tussen bovenstaande strategieën gekozen worden.

(1) Komische tiktoks:

Deze filmpjes hebben als doel om taboes rondom de producten (en kennis) van CycleCare een beetje te doorbreken en de sfeer van de TikTok feed een beetje luchtig te houden. Deze tiktoks zijn gericht op het behalen van veel views en moeten ze een hoog "doorstuur"- gehalte hebben. Voor deze filmpjes zal de muziek inspelen op de trends binnen TikTok en is het verstandig om hashtags te gebruiken die veel clicks genereren voor tiktoks binnen het comedy genre (dit zijn hashtags als; #viral #fun #funny #comedy #memes #justforfun #1mincomedy ...)

(2) Esthetische/informatieve tiktoks:

"People like learning things—if it doesn't take too long." Het doel van deze filmpjes is om de werking van producten beeldend te krijgen en informatie te verstrekken over bepaalde zaken die relevant zijn voor CycleCare. Deze filmpjes zullen sfeerbeelden en tekst-in-video bevatten om korte pakkende uitleg te geven over de inhoud van de tiktok. Voor deze filmpjes zal de muziek inspelen op de sfeer van het filmpje maar is het nog steeds slim om te kijken naar populaire geluidsfragmenten op TikTok. Hashtags die gebruikt kunnen worden voor deze filmpjes zijn o.a.; #foryou #education #learn #viral #music #trendy #edutok #tips ...

"When using TikTok, all companies should know that you either need to be technical or comedic. There's really no in-between if you want to get noticed." Echter is kiezen voor de algehele TikTok feed van CycleCare niet nodig zo lang de twee concepten binnen de filmpjes wel gescheiden blijven.

(1) **Ideeën komisch:**

- Vibrator race
- Vibrator guitar
- adammcg sound → zie concept
- Period droppings

(2) **Ideeën esthetisch/informatief:**

- Spring break box
- Toycleaner (eventueel na tiktok vibrator-race)
- Fur producten
- Radical self care evening (Fur bath drops, signature oil, ingrown concentrate, stubble cream), moodboard: <https://pin.it/2XCHSZo>

One pager Conflictmanagement

Conflict kan ontstaan op ieder format waar Cycle in contact staat met de community. Denk aan alle Social-mediatkanalen, het forum of via mail contact. Het is daarom van belang dat er een eenduidige structuur te herkennen is in de reacties die vanuit Cycle op conflict worden gegeven.

Het thought leadership van Cycle

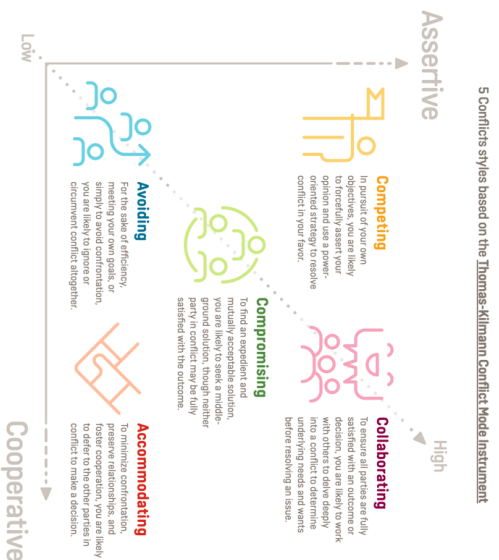
Alle ins & outs van het vrouwelijk lichaam bespreekbaar maken

Onderscheidende kracht

Cycle is deskundig, objectief, en eerlijk over alle verschillende fases van het vrouwelijke lichaam: van menstruatie tot overgang. Door alle kanten van elk topic te belichten met experts biedt Cycle alle informatie die vrouwen nodig hebben om een goede keuze te maken voor zichzelf, qua verzorging, seksualiteit en gezondheid. Dat gebeurt niet op een activistische manier, maar juist op elegante wijze. Niet choqueren maar gewoon zonder scrupules open en eerlijk zijn over alles waar vrouwen in verschillende fases van hun leven mee te maken krijgen.

Cycle in words (relevant voor communicatie)

Open-minded, Betrouwbaar, De beste vriendin, Positief, Hulp bieden, Geen blad voor de mond, Tikkeltje humor, Nuchter, Openhartig, Deskundig, Heeft een mening, Toegankelijk, De grote zus.



Reactie stijl voor Cycle: Collaborating

De brand story en strategie van Cycle wijzen uit dat Cycle hoog assertief en hoog coöperatief is. Cycle neemt geen blad voor de mond en heeft een mening maar bied ook hulp, is toegankelijk en voelt als een beste vriendin. Collaborating, ofwel, een samenwerkende reactie stijl op conflict sluit het beste aan bij Cycle.

Dit houdt in dat er bij conflict in eerste instantie een vragende houding wordt aangenomen. Waar kom het conflict vandaan/ waar ligt de wortel van de onvrede. Er wordt dan vanuit daar gekeken hoe problemen opgelost kunnen worden en behoeften bevredigd kunnen worden. Indien het conflict zo ongegrond/deconstructief is moet er gekeken worden hoe het conflict gede-escaliseerd kan worden zonder dat er te veel aandacht aan

Verschillende conflicten

“Haatreacties onder social posts of forum posts”

Deze kunnen direct verwijderd worden. Cycle streeft naar een safe space voor haar community, er is dan ook geen ruimte voor haat en dit soort reacties worden niet getolereerd. Hetzelfde geldt voor directe haatberichten, hier hoeft niet op gereageerd te worden

“Een vraag met een negatieve tone of voice”

Zowel voor publiek als privé ontvangen vragen met een negatieve tone of voice, reageert Cycle op de inhoud van de vraag. Probeer te blijven in gaan op de inhoud en blijf zelf vriendelijk, openhartig en toegankelijk. Vaak zal het tweede bericht dan al een stuk minder negatief zijn. Is dit niet het geval, blijf in gaan op die inhoud en positief. Vragen terugstellen kan soms ook goed werken om de negativiteit te ontleden.

“Een publieke call out”

Allereerst is het belangrijk om niet direct te reageren! Andere bedrijven hebben ons geleerd dat directe reactie op een publieke call out soms wijlen in een inktvlek kan zijn. Ga eerst na hoe groot de impact van deze call out gaat zijn; is Cycle met naam en toenaam genoemd? Heeft desbetreffend platform een grote following? Wat is de intentie van de call out?

Indien de impact van de publieke call out laag is gaat Cycle niet in op dit conflict, een competing of confrontational conflict stijl past niet bij Cycle. Indien de impact van de publieke call out wel omvangrijk is moet er gekeken worden naar een

CONCEPT AMBASSADOR PROGRAM

Naam ideeën:

Cycle sisters
Ambassadors of Cycle
Cycle ambassadors
The cycle squad
Squad of the month

Meet the Cycle squad: This months Ambassadors

Meet the ambassadors of the month:

Friends with benefits

The family

Week 4: I nominate:

Ik ben kwetsbaar geweest, ik daag jou uit om dat ook te doen! @....

Wat willen wij van hen:

4 stories/posts in 4 weken

1. dit is cycle en ik ben een ambassadeur deze maand, check it out (bij wie mogelijk een persoonlijk verhaal/ insteek erbij)
2. Quiz - poll
3. Favo artikel
4. I wish i knew

Met als doel om meer online "mond op mond" reclame te krijgen

Voorwaarden ambassadeur/sister:

Affiniteit hebben met onze missie en waar wij voor staan

Meer dan 1000 volgers hebben

Het is handig om binnen zo veel mogelijk kringen te verspreiden

Persoonlijke verhalen is een grote plus

Hoeveel ambassadeurs per maand? 5, 10?

Meet the Cycle squad: This months Ambassadors...

We introduce to you the Cycle squad of July! A group of amazing women that will be ambassadors of Cycle. Over the course of this month they will be sharing some interesting information, personal stories and above all be joining the Cycle Community. Keep an eye on their instagrams and that of us!

And for the month of August... Are you next?

6.2

Hey you!

So great that you are interested in becoming a Cycle Ambassador. Our mission is to teach women about their bodies, break taboos and build a strong community. But we can't do that without people like you!

What is the idea behind Cycle Ambassadors?

If you become a Cycle ambassador, you will become a member of the monthly Cycle Squad. This means that we start the month with a Meet the Squad post, in which we introduce the ambassadors. During the month, the ambassadors will post stories about Cycle, themselves and/or the combination of both.

What is expected of you?

The intention is that, content will appear on your story 4 times over 4 weeks. This can be every Monday, for example, but it can also be random (though a little spreading over time is nice, for your followers and ours).

It's also important that you tag @joincycle in every story! Through this, curious people can find us and we can repost you ;) I've added examples from past months so you can get an idea of what ambassador's posts could look like.

Content of the posts?

We started the Cycle Ambassadors program in July, so quite recently (exciting scoop!). We provided our ambassadors with examples of what they could use, and if you find these interesting, you can use them too:

Post 1: an introduction post

Post 2: a mini quiz, how well do you know your body

Post 3: I wish I knew that...

Post 4: my fave Cycle article

However, we are interested in you! What attracts you to Cycle, what are the stories that characterize you or what would you like to learn more about? Together we can look for (or maybe you already have some ideas) fun and stimulating posts that make you feel confident and that pique the interest of others. We can make all kind of artworks, so it would be fun to look for the collaboration, you say the word and we got it! In this way you help to build a community where we can have open-minded conversations about all aspects of the female body.

If you have any questions, be sure to let me know. We are super excited, are you?

Love, Maartje
Team Cycle



6.3



mijn favoriete artikel
op cycle.care is:

cycle

meet the cycle
squad of the month



@annelotdw



Fabia
@projectaginisme



@sara.kok



@catokral



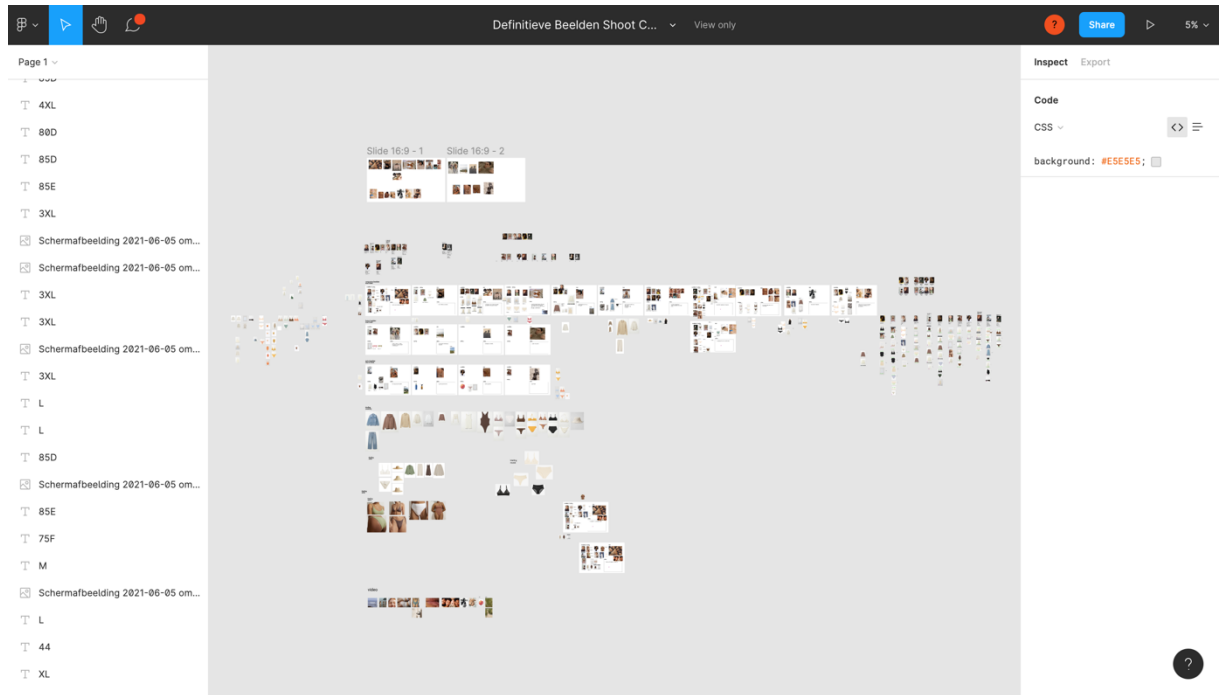
@emmahuizinga



@mya_piya

cycle

7.1



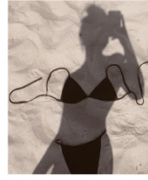
7.2

cycle

draaiboek
23 juni 2021

shot

locatie shot



modellen

maartje en okkie met camera

video okkie

foto okkie

styling per model



video okkie

foto veerie

2

tijd/zon

15.30 - 15.45

notes:

shot

locatie shot

modellen



Jessica Taylie

styling per model



jessica



taylie

tijd/zon

16.30 - 16.45

5

shot

locatie shot



modellen & styling



Als Kelly de blauwe niet aan heeft dan een blauwe voor hun



Als Kelly deze niet past dan deze:



video okkie

foto veerie

9

tijd/zon

17.30 - 17.45

notes:

shot

locatie shot

modellen



Jessica Taylie Dido

styling per model



Jessica



Taylie



Dido

tijd/zon

19.35 - 19.50

notes:

16

shot

locatie shot



modellen en styling



video okkie

foto veerie

18

tijd/zon

20.05 - 20.20

notes:

shot

locatie shot

freestylen



tijd/zon

notes:

24

8



YAY OR NAY MET DZIFA KUSENUH EN FATIMA WARSAME VAN MAANDVERBOND

378 weergaven • 3 maanden geleden

 cyclecare

TIP VAN CYCLE : In augustus start de Hormoonsafari van het Maandverbond (VPRO). Cycle voelde presentatoren Dzifa Kusenuh ...

<https://www.youtube.com/watch?v=HhYN4kN4RVI>

9

alles over PCOS online class

Alles wat je wilt weten over PCOS. Deze avond gaat professor gynaecoloog Joop Laven ons alles vertellen over deze aandoening en wat je er aan kan doen.

Wat je moet weten:

Expert: Gynaecoloog Joop Laven
Wanneer: 4 oktober 2021
Tijdstip: 19.00 - 20.15
Waar: Online via Zoom, tickets via www.cycle.care
Prijs: GRATIS

cycle

traumatische bevalling online class

Heb jij een bevalling meegemaakt waar medisch ingrijpen noodzakelijk was? Heb je direct er na of pas veel later, last gekregen van bijvoorbeeld nachtmerries of flashbacks, angsten of wil je er niet over praten? Heb jij je kinderwens hierdoor uitgesteld? Dan is deze Webinar echt iets voor jou.

Wat je moet weten:

Expert: Psychotherapeut Cobie Lutters
Wanneer: 22 september 2021
Tijdstip: 20.00 - 21.15
Waar: Online via Zoom, tickets via www.cycle.care
Prijs: GRATIS

cycle

Actiepunten:

- Missie, visie en core values opzoeken en raakvlakken zoeken → **DONE**
- Assortiment checken → **2 merken vibrators LELO en PINK (dus eigen vibrator ook proberen)**
- Naar de winkel gaan fysiek → **DONE** (nog meer winkels)
- Hoeveel winkels heeft Hunkemöller → **900 winkels in 21 landen**
- Moeten wij display materiaal aanleveren of niet
- Pilot van 10 winkels uitproberen in voorstel
- Wie is grote concurrent (Doet die aan content, Hoe zien die socials eruit)
- Community uitvragen voor topics die belangrijk zijn (maandag 23 augustus)

Onderwerpen:

- Ondergoed wassen na bloedverlies of afscheiding
- Scheren: hoe doe je dat
- Toys in the bedroom introduceren bij je partner
- Bondage voor beginners: zo start je! (voorganger voor producten)
- Moeders - zwangerschap BH (waar past de Elvie in?)
- Borstkanker en hoe bh's dragen
- Borstvoeding + elvie pomp
- Katoenen ondergoed > synthetisch ondergoed
- 10 pack condoms in de winkel aanbieden
- Glijmiddel ook verkopen
- Verronica
- Bh's passen gedurende je cyclus (wanneer wel wanneer niet)

Welk niveau: Product, Content?

Presentatie

- filmpje Cycle - wie zijn wij/ high end
- Mock ups

vragen stories

- Do you know how to clean out menstrual blood from your underwear? YES or CLUELESS
- Do you ever experience trouble with cleaning your underwear from discharge?
- Would you rather buy condoms ONLINE or IN STORE
- Would you feel comfortable introducing a **sextoy** to your **bedpartner**, ABSOLUTELY or HELL NO
- Have you ever tried bondage? YES or NO
- If not, would you ever like to try it? LETS TRY IT or NAH

Uitkomst Story vragen

- La Vie En Rose
- Triumph International
- Wolford

Online presence/ social media

Hunkemöller is actief op Instagram (1M volgers), Youtube (9,59K abonnees), Facebook (1,9 M vind-ik-leuks), Twitter (32K volgers) en LinkedIn (22K volgers)

Instagram:

Overwegend jonge, slanke vrouwen. Wel steeds meer diversiteit in huidskleur maar verder niet in leeftijd of lichaamsbouw. Veel kleuren en een jong ogende feed. Voornamelijk getarget op een jonger publiek.

Youtube:

Afgelopen jaar alleen maar campagnefilmpjes over nieuwe collecties. Daarvoor ook entertainment video's (day in the life of hun modellen, sport videos, etc.)

Facebook:

Voornamelijk reclame voelt als dezelfde strategie als instagram

Twitter:

Heel veel Feel Good tweets; "retweet to send positive vibes for the weekend" "repeat after me; i am worthy, ..."
En meme achtige content

LinkedIn:

Business gerelateerd

Next step:

- Annemieke belt met Melissa
- Okkie start video (max 1 minuut → gedeeld in document)
- Jo-Ann begint met presentatie
 - content marketing research (welke cijfers gebruiken we)
 - samenwerking breed (Reels en producten)
 - uitingen voorbeeld uitgewerkt (onderwerpen reels en producten)
- Team effort: naam bedenken concept (dus de brug tussen content en product verkoop)
 - het is een teaser

Wij zijn het instituut en geven betrouwbaarheid aan de informatie die wij delen.

Instagram Reels → gelinkt aan een product en content.

Productverkoop → Verronica, Yes, Menstruatiecup, Glijmiddel, Jelly in de winkels

1. Do you know how to clean out menstrual blood from your underwear?
YES: 41% (323) CLUELESS: 59% (467)
2. Do you ever experience trouble with cleaning underwear from discharge?
UNFORTUNATELY YES: 70% (465) NOPE: 30% (201)
3. Would you rather buy condoms?
ONLINE: 53% (338) IN STORE: 47% (296)
4. Would you feel comfortable introducing a **sextoy** to your bedpartner?
ABSOLUTELY: 76% (558) NO WAY: 24% (175)
5. Have you ever tried bondage?
YES: 33% (265) NO: 67% (532)
6. If not, would you ever like to try it?
LET'S GO: 73% (496) NO, I'M GOOD: 27% (180)

Missie Hunkemöller

- geliefd, sociaal en inclusief
- Merk te zijn.
- gedreven door hun mensen

Merkwaarden

- fun
- inclusief
- passionate
- sexy
- in-touch
- inspiring

Drifveren

- welzijn van mensen, de planeet en gemeenschappen.
- al 4 jaar achter elkaar top employer van Nederland
- meer dan 900 winkels in 21 landen

Better together

In 2020 hebben we alle duurzaamheidsactiviteiten samengebracht onder een paraplu genaamd Together Tomorrow. Van diversiteit, inclusiviteit en vermindering van afval tot productzorg en de manier waarop we met onze leveranciers werken, zal Together Tomorrow zowel laten zien wat we doen als helpen bij het stimuleren van verandering van onze organisatie.

Competitors

- Oysho
- Bra N Things
- La Senza

Serie van 5 pakken →

1. Hoe was je je ondergoed (afscheiding & menstruatie)
2. First steps to bondage
3. How to introduce a toy in the bedroom
4. De ultieme menstruatie outfit → menstruatieklachten erbij pakken
5. Setje voor elk seizoen in je cyclus → naar hoe je je voelt in je cyclus
6. Borstonderzoek → wanneer onderzoek je je borsten
7. Wanneer zoek je je bh uit in de cyclus

<https://www.marketingtribune.nl/food-en-retail/nieuws/2019/03/hunkemoller-lanceert-eerste-podcast/index.xml>

<https://www.deondernemer.nl/actueel/retail/hunkemoller-1105632?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F>

<https://www.candidplatform.com/en/news/marketing/alexandra-legro-hunkemoller-omdat-we-een-schat-aan-data-hebben-kunnen-we-direct-aanpassen.html>

<https://www.stylecowboys.nl/fashion/nieuwe-campagne-hunkemoller-richt-zich-op-positiviteit-en-generatie-z>

Ontspannend en tussendoor beluisteren → over de podcast. Instagram Reels moeten ook zo zijn. Jongere doelgroep benaderen hierover.

Doelgroepen naast elkaar in presentatie. Instagram Reels serie en product verkoop.

- "Natuurlijk weet elke ondernemer dat hij *niet* een product of dienst verkoopt, maar een *oplossing*. Of, zo men wil, een beleving. Hunkemöller begrijpt dit als geen ander. De doelgroep is namelijk eenvoudig gedefinieerd: *elke vrouw*."

- "Onze core doelgroep is 28 jaar, al gaat het minder om de leeftijd dan het gevoel. *We* bedienen een grote groep tieners, maar ook vrouwen tussen de 40 en 50"

8 tips for feminine care down under

(OPGENOMEN 11-07-2021)

Intro:

Hey hello mijn naam is maartje en vandaag ga ik jullie 8 tips geven voor some feminine care, hoe je je down there area fris en gezond kunt houden.

Cycle intro

disclaimer -> als vrouw is het volkomen normaal om een geur te hebben. De schappen liggen vol met vaginale douches, vaginale reinigingsdoekjes, intimate washes maar het is absoluut niet raar dat jou vagina een lichte geur heeft. Het hoort er gewoon bij! Wel heb ik voor jou een aantal tips om je down there area zo fris en gezond mogelijk te houden

tips:

1. Was nooit (inwendig) met zeep
De vagina is een zelfreinigend orgaan
wassen → lauw warm water is voldoende!!! Mocht je toch producten willen gebruiken, alleen de buitenkant nooit de binnenkant!
Zeep tast de PH van je vagina aan waardoor je schimmelinfecties kunt krijgen
Kan het niet vaak genoeg benadrukken maar was je vagina nooit (inwendig) met iets anders dan water
2. katoenen ondergoed
Katoenen ondergoed ademt het beste. Hierdoor voorkom je een broeierig nest voor bacteriën. Blijf dus weg van synthetisch ondergoed and say yes to cotton
Props: synthetische tegenover katoen
3. keep it dry→ andere kleding aan na sporten
Trek meteen die bezwete en strakke kledingstukken uit en blijf ook vooral niet te lang rondlopen in je natte bikini.
4. slaap zonder ondergoed → let it air, of een los broekje
5. probiotica
Net als je bacteriële darmflora maar wist je dat de bacterien in je vagine, of te wel je vaginale microbiom, net zo belangrijk zijn! Als deze bacteriën uit verhouding/balans zijn kan er een overgroei van een bepaalt bacterie zijn. Dit kan dan weer leiden tot een bacteriële infectie of nare geurtjes. Je kunt probiotica binnenkrijgen via voeding zoals yoghurt, kefir, kwark, groenten (kimchi, kombucha, zuurkool, augurk, appelazijn et cetera), miso, tofu en zuurdesem brood. Ook kun je probiotica slikken door middel van een supplement. Zie het als vitamine supplementen, ze claimen niet iets te genezen maar ze kunnen je gezondheid zeker bevorderen.
cydonia zetpillen
6. drink veel water → sweet fruits, het ananas verhaal
Water is goed voor alles! Probeer minimaal 2 liter water op een dag te drinken. Niet alleen is dit goed voor je organen ook helpt het je huid en soort het voor minder nare lichaamsgeurtjes
7. ingrowns→ losse kleding, scrubben, aleo vera gel, nog meer scrubben, fur
8. Check je wasmiddel
Gebruik als het even kan hypoallergeen wasmiddel, of in ieder geval een niet te al heftig geparfumeerd wasmiddel. Ook pH-neutrale producten zijn niet goed voor gebruik bij je intieme delen. "pH-neutraal" klinkt misschien okay en probleemloos maar heeft nog steeds een pH-waarde van pH7, wat te hoog is voor de buitenkant van je vagina (die heeft namelijk een pH-waarde heeft ca. 5 en dat moet je zo houden).

Mocht je nog vragen hebben laat ze zeker hieronder achter of neem een kijkje op ons forum! Wil je nou meer weten over je vaginale microbiom, scheren of het wassen van je vagina? Onder deze video staan de volledige artikelen gelinkt

“4 tips om te voorkomen dat je overprikkeld raakt na een lockdown.”

<https://cycle.care/nl/4-tips-om-te-voorkomen-dat-je-overprikkeld-raakt-na-een-lockdown>

“Help! Zo reageer jij op deze smoesjes om geen condoom te hoeven gebruiken.”

<https://cycle.care/nl/help-zo-reageer-jij-op-deze-smoesjes-om-geen-condoom-te-hoeven-gebruiken>

“Welke maat condooms heb je nodig en nog meer handige tips!”

<https://cycle.care/nl/welke-maat-condooms-heb-je-nodig-en-nog-meer-handige-tips>

“Waarom anale seks pijn kan doen.”

<https://cycle.care/nl/waarom-anale-seks-pijn-kan-doen>

“Je bikinilijn scheren, zo doe je dat!”

<https://cycle.care/nl/je-bikinilijn-scheren-zo-doe-je-dat>

“Een korte film over menstruatie armoede: indringend en confronterend!”

<https://cycle.care/nl/een-korte-film-over-menstruatie-armoede-indringend-en-confronterend>

13 Contact with MOOI Agency

Producten:

- Alle branded producten
- The Mirror
- Alles van smilemakers
- Eventueel de producten van energetica
- Producten van Hatch Mama

Eisen voor influencer:

- Minimaal 10K (swipe up in story/post belangrijk)
- Verbinding aan content in pakket (middels storytelling) → connect elkaar helpen en leren over je lichaam gaat verder dan alleen producten

Hi Eline,

Naar aanleiding van ons belletje eerder deze week hebben we een lijstje opgesteld van de producten die wij voor de pakketten kunnen aanleveren.

- Dit zijn alle Cycle branded producten:
The Mirror
- Alle vibrators van Smilemakers
- Alle producten van Hatch Mama
- Eventueel de supplementen van Energetica

Verpakkingsmateriaal, kaarten met quotes, canvas tasjes en condoms hebben jullie natuurlijk al, maar mochten jullie meer inpakmateriaal nodig hebben zoals vloeipapier en stickers is het goed om te weten, dan komt dit jullie kant op.

Verder zouden wij graag willen dat de seeding wordt gedaan met influencers die 10K (of meer) volgers hebben. Deze influencers zouden dan namelijk een swipe up in de stories kunnen verwerken en op deze manier een vibrator quiz of artikel kunnen koppelen, maar ook makkelijker doorverwijzen naar een artikel waardoor de connectie met de content makkelijker gemaakt ik. Wij zijn erg in voor het idee van storytelling, zoals we telefonisch besproken hebben, en zouden dan ook graag hebben dat er iets van een flyer oid met content bij het pakket wordt gevoegd. Je gaf aan dat jullie dit vaker doen, laten jullie ons weten wat voor input jullie daar van ons voor nodig hebben.

Ander punt: zouden jullie een document kunnen aanmaken waarmee we achteraf na het posten van de influencers ook de metingen van de resultaten kunnen doorvoeren. Zo leren wij ook weer wat het effect is van influencer marketing, dus dat zou heel fijn zijn. Mochten jullie dit op een andere manier doen, ook goed. Laat het ons wel graag even weten.

Wij horen het graag!

Hartelijke groet,
Maartje & Jo-Ann

Feedback formulier

Vragenlijst 360° feedback

De score bestaat uit een vijfpuntsschaal.

- 1 = onvoldoende (veel ontwikkeling nodig)
- 2 = zwak (ontwikkeling nodig)
- 3 = gemiddeld (om naar behoren te functioneren is verdere ontwikkeling nodig)
- 4 = voldoende (geen verdere ontwikkeling nodig)
- 5 = goed (een sterk punt)

Contactueel

Luistert naar anderen, handelt respectvol en toont belangstelling en empathie.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Uitleg: Zeker, je bent sociaal en respectvol naar anderen. Ik heb hier niks op aan te merken.

Samenwerken

Functioneert als teamlid, overlegt met teamleden, staat open voor ideeën van anderen en richt zich op de groepstaak.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Uitleg: Je werkt goed in teamverband, je hebt zelf leuke ideeën en staat ook open voor ideeën van anderen. In team meetings durf je je uit te spreken en ben je goed voorbereid.

Zelfstandigheid

Neemt zelf beslissingen. Bepaalt wanneer hij/zij zelf een beslissing moet nemen en wanneer overleg met anderen noodzakelijk is. Werkt zelfsturend en is zich bewust van zijn/haar taak.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Uitleg: Je werkt goed zelfstandig. Als je ergens mee zit/ je ergens tegenaan loopt spreek dit dan uit! En probeer altijd te blijven overleggen over waar je in je proces bent, bij wie ligt welke taak en als iets erbij inschiet door bv tijdgebrek laat dit dan weten. Dus misschien iets sneller overleg initiëren. Verder werk je goed op jezelf en heb je een goed gevoel van je taak – je voert alles goed uit. Soms ben je iets te zelfstandig, waardoor je dingen achterwegen laat om te bespreken.

Verantwoordelijkheid

Overziet de gevolgen van het eigen handelen in relatie tot de studie of het werk. Is aanspreekbaar op dit handelen en kan dit handelen onderbouwd verantwoorden.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Uitleg: Je neemt veel verantwoordelijkheid en werkt heel hard. Je hebt de ambassadeurs bijvoorbeeld echt heel goed gedaan en deze taak helemaal zelf uitgevoerd. De keuzes die je maakt kun je goed onderbouwen.

Stressbestendigheid

Blijft presteren en doelgericht werken onder psychologische en/of tijdsdruk.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Uitleg: Soms vergeet je je core taken omdat er andere taken bij komen. Probeer de basis altijd te blijven doen, de controle houden. En van daaruit de rest op te bouwen.

Zelfreflectie

Is zich bewust van denken, voelen en handelen en de invloed ervan op zijn/haar functioneren.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Uitleg: Je bent je zeker bewust van je denken, voelen en handelen. Je neemt 'kritiek' altijd goed op en serieus, en handelt hier dan ook naar.

Zelfhantering

Kan omgaan met feedback en weet dit constructief om te zetten om zijn/haar eigen functioneren te verbeteren.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Uitleg: Ja, altijd als er iets was en we bespraken dit ging dit erna altijd beter!

Doorzettingsvermogen

Blijft werken aan vooraf gestelde doelen en laat zich niet leiden door negatieve factoren.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Uitleg: Soms waren er taken /deadlines die van tevoren waren afgesproken maar niet gehaald werden. Dit kan natuurlijk gebeuren, omdat er andere taken tussen komen bijvoorbeeld, maar daarom ook weer het punt van communicatie – start hierover zelf het gesprek, dan kunnen we meteen kijken wanneer het wel af kan/ een nieuwe planning maken. In het begin vond je het soms lastiger om contact op te nemen met iemand voor een gunst, dit hebben we besproken en nu doe je dat wel heel goed. Mooi verbeterpunt!

Open vragen:

- Wat zie jij als het grootste talent(en) van mij?
 - Je ziet goed wat er speelt/ wat de nieuwe trends zijn.
 - Je hebt flair, en zo weet je dingen voor elkaar te krijgen.
 - Je bent creatief, en van veel markten thuis.
 -
- Hoe denk je dat ik het beste tot mij recht zou komen in mijn werk?
Welk werk of werkzaamheden pas(sen) volgens jou het beste bij mij?
 - Ik denk dat je goed weet waar de behoefte ligt van het publiek/ doelgroep
 - Je sterkste kant is dan je heel veel kan, dat is wel ook gelijk je valkuil.
 - Je zou heel veel kunnen: producent, regisseur, sm management, project management, influencen. Super!
- Wat is volgens jou de belemmering van mij? Wat kan ik eraan doen?
 - Wanneer er plannen liggen voor bv het maken van een TikTok, een Reel, vlog en dit hebben besproken zou je hier iets sneller in kunnen doorpakken. Als je iets spannend vindt of niet weet hoe je de uitvoering moet doen, bespreek dit dan. Want juist tijdens je stage hier en straks ook bij BNN kun je er zo veel uithalen om dit wel te doen en hulp bij te krijgen. Dus probeer de goede ideeën die je hebt ook tot uiting te laten komen, zonde als ze blijven liggen!
 - Je kunt de focus verliezen, hierdoor kun je diepgang missen en slordig worden. Maak keuzes en blijf gefocust, dan verlies je geen kwaliteit.