

# YOUR BUSINESS IN THE NETHERLANDS

# Colofon

## **Uitgave**

Kamer van Koophandel®, augustus 2023.

## **Copyright**

Alle rechten voorbehouden. Tenzij anders vermeld berusten alle rechten op tekst, beeld, geluid, video etc. in deze publicatie bij KVK. Gehele of gedeeltelijke overname, plaatsing op andere sites, verveelvoudiging op welke andere wijze dan ook en/of commercieel gebruik van deze informatie is niet toegestaan zonder uitdrukkelijke toestemming van KVK.

# Inhoud

<b>Aanleiding</b>	<b>4</b>	<b>Welcome to NL Relocation App</b>	<b>14</b>
<b>Online research community</b>	<b>6</b>	Achtergrond	14
<b>Algemene bevindingen</b>	<b>7</b>	Onderzoeksvragen	15
<b>KVK Welkomstmap: Engelstalige flyer</b>	<b>8</b>	Resultaten	15
Achtergrond	8	Reflectie	16
Onderzoeksvragen	9	Extra informatie onderzoek Welcome to NL Relocation App	17
Resultaten	9	<b>Socialmediakanalen Business.gov.nl</b>	<b>18</b>
Reflectie	10	Achtergrond	18
<b>Website Business.gov.nl</b>	<b>11</b>	Onderzoeksvragen	19
Achtergrond	11	Resultaten	19
Onderzoeksvragen	12	Reflectie	20
Resultaten	12	<b>Bijlagen</b>	<b>21</b>
Reflectie	13	Extra informatie deelnemers	22
		Extra informatie producten & diensten	23

# Aanleiding

Beter aansluiten op de behoeftes van niet-Nederlandstalige ondernemers.

## Achtergrond

De 'Your Business in the Netherlands community' is een initiatief voor niet-Nederlandstalige ondernemers vanuit de Aanpak Levensgebeurtenissen. Met de Aanpak Levensgebeurtenissen brengen wij meerdere ketenpartners (overheidsorganisaties) bij elkaar om de communicatie en dienstverlening aan de ondernemer te verbeteren, zodat we toewerken naar de gewenste klantbeleving.

Uit klantresearch naar de levensgebeurtenis 'Starting a business in the Netherlands' blijkt dat niet-Nederlandstalige ondernemers uit Europa het lastig vinden om de Engelstalige overheidsinformatie over wetten, verplichtingen en procedures te begrijpen. Het blijft moeilijk om passende oplossingen te ontwerpen die volledig recht doen aan de behoeftes en emoties van de doelgroep. Daarom wordt er een online research community opgezet om op die manier in te spelen op de behoeftes van ondernemers én om de nieuwe verbeterpunten van verschillende overheidsorganisaties te valideren bij de doelgroep.

De online research community wordt opgezet vanuit de Aanpak Levensgebeurtenissen en geeft de verschillende partners – KVK, Business.gov.nl en Welcome to NL – de mogelijkheid om hun producten en diensten te testen door ondernemers die behoren tot de doelgroep.



## Online research community

Er wordt een online research community opgezet. Dat is een digitale vorm van kwalitatief onderzoek waarbij respondenten tijdelijk deelnemen. Deze online community heet **'Your Business in the Netherlands'**. In een online community kunnen zowel open en gesloten vragen worden voorgelegd, daarnaast is het ook mogelijk om polls en opdrachten door de respondenten uit te laten voeren. In deze online research community testen ondernemers producten/diensten van de overheid.

## Doel

Het doel van de community is om aan de hand van de feedback en verbeterpunten van ondernemers de dienstverlening te optimaliseren, zodat de overheidsdienstverlening nóg beter aansluit op de behoeftes van de ondernemers.

## Doelgroep

De doelgroep bestaat uit niet-Nederlandstalige ondernemers afkomstig uit een EU-land, die minder dan twee jaar geleden hun eigen onderneming gestart zijn.

# Online research community

Inzichten verzamelen van niet-Nederlandstalige ondernemers.

## De 'Your Business in the Netherlands Community'

Een online research community is de ideale manier om van de doelgroep inzichten te verzamelen om verbeterpunten per organisatie beter aan te laten sluiten op de behoeftes. Een community geeft snelle inzichten, is flexibel en wordt volledig gemonitord door MWM2. De deelnemende organisaties kunnen meekijken per product of dienst.

## Producten & diensten

In de community worden de volgende producten en diensten voorgelegd ter validatie:

- KVK Welkomstmap - Engelstalige flyer
- Website Business.gov.nl
- Welcome to NL Relocation app
- Socialmediakanalen Business.gov.nl

Dit zijn producten die ontworpen zijn specifiek voor de doelgroep van niet-Nederlandstalige ondernemers.

## Werving

Er zijn verschillende methodes gebruikt om deelnemers te werven zoals: een online campagne op de socialmediakanalen van Business.gov.nl, mond-tot-mondreclame bij diverse KVK-kantoren en op de website van Business.gov.nl wordt een online flyer geplaatst met informatie over de online research community.

## Deelnemers

Er zitten 54 niet-Nederlandstalige ondernemers in de community.

Voor meer informatie over deelnemers/producten & diensten, [zie bijlage](#).



# Algemene bevindingen

Er zijn in totaal vier producten en diensten van de overheid gevalideerd door de niet-Nederlandstalige ondernemers in de Your Business in the Netherlands community. Uit de resultaten komt een aantal algemene conclusies naar voren:

1. Overall het algemeen worden de vier producten en diensten, zoals de Engelstalige flyer van KVK, de website van Business.gov.nl, de Relocation App en de socialmedia-kanalen van Business.gov.nl, positief gewaardeerd door de niet-Nederlandstalige ondernemers van de online research community. De ondernemers geven aan dat zij tevreden zijn met de hoeveelheid informatie en dat de informatie in het Engels wordt aangeboden.
2. Niet-Nederlandstalige ondernemers hebben een positieve indruk van deze producten en diensten en geven aan dat de producten en diensten kunnen bijdragen aan een goede start voor niet-Nederlandstalige ondernemers.
3. Niet-Nederlandstalige ondernemers geven aan meer behoefte te hebben aan personalisatie in de vorm van relevante informatie voor hun specifieke situatie. Zoals informatie over wetten en regels die belangrijk zijn om als ondernemer in Nederland te starten, of wetten en regels die gelden in de regio waar zij in willen starten.
4. Niet-Nederlandstalige ondernemers willen graag duidelijk zien van welke organisatie bepaalde informatie komt die zij op internet vinden. Het is voor niet-Nederlandstalige ondernemers in deze online research community niet altijd duidelijk waar informatie vandaan komt, terwijl zij dat wel belangrijk vinden om te weten.
5. Niet-Nederlandstalige ondernemers zijn niet alleen op zoek naar informatie over Nederland, maar ook naar andere landen en dat kunnen ze vaak niet vinden. De ondernemers zijn dan op zoek naar informatie over belastingen en bedrijfsstructuren in verschillende landen.



# ► KVK Welkomstmap: Engelstalige flyer

**KVK**

## You started your own business

Congratulations! Today is the day: you just registered your business with KVK. There is a lot to arrange when you start your own business. KVK has all the knowledge and information to put you on the right track. We can help you take the next step.

**About the Netherlands Chamber of Commerce KVK**  
KVK informs and supports entrepreneurs. Our main legal tasks are to register businesses and to give them information and advice.

**Visit [KVK.nl/started](https://www.kvk.nl/started) for the following support:**

- Checklist for getting started**  
As a new entrepreneur, you have to deal with many things. For example:
  - administration and taxes
  - insurances
  - income
  - finding customers
  - general terms and conditionsHave you thought of everything? Find out with our handy checklist online.
- Cybersecurity: secure your business online**  
Every year, 1 out of 5 businesses is involved in a cyber incident - large and small companies alike. Check our page on cybersecurity for tips on how to secure your business online.
- Belastingdienst: getting started with taxes**  
Do you know what taxes you need to pay, how to submit your tax returns, or how to keep your VAT administration? Find the link to schedule a personal video appointment with an employee from the Dutch Tax Administration (Belastingdienst).
- Useful webinars**  
You have just started a business and are probably full of questions. Find English webinars with relevant advice, information, and inspiration from experts and entrepreneurs. Hosted by [business.gov.nl](https://business.gov.nl)\*
- KVK Advice Team: ask us your business questions!**  
Do you have any questions? We are here for you. Our business advisers offer support, based on your personal situation. You can reach us on weekdays from 08:30-17:00 hours on **088 585 22 22**.
- Business tips: keep up to date**  
Do you want to start off well with in-depth information about laws and rules, finances, taxes, and marketing? Subscribe to the email series 'A successful start to your own business' upon registration or via [KVK.nl/started](https://www.kvk.nl/started).

Kamer van Koophandel

\* Business.gov.nl is the Dutch 'single digital gateway' that brings together government information for entrepreneurs in the Netherlands.

[KVK.nl/started](https://www.kvk.nl/started)

Do you want to find out more? Check out [KVK.nl/started](https://www.kvk.nl/started)

## Achtergrond

Sinds 2022 wordt aan niet-Nederlandstalige ondernemers die zich komen inschrijven bij KVK een Engelstalige flyer meegegeven. Hierin staan links naar artikelen voor starters, een webinar en een e-mailnieuwsbrief waarvoor ze zich kunnen aanmelden.

De flyer is inmiddels ruim 1.500 keer uitgereikt, maar er is niet onderzocht wat de ontvangende partijen hiervan vinden:

- Vervult het een behoefte?
- Ontbreekt er informatie?
- Is het juist te veel informatie?
- In hoeverre herkennen ze de geboden informatie als afkomstig van KVK?



# Onderzoeksvragen

## Doel van dit onderzoek

Voorziet de flyer in een behoefte en draagt het bij aan het (positieve) beeld van KVK als houvast voor ondernemers?

KVK wil met dit vraagstuk antwoord krijgen op de volgende onderzoeksvragen:

- Helpt de informatie in deze flyer ondernemers bij het (verder) opzetten van hun bedrijf?
- Missen ondernemers informatie? Zo ja, welke?
- Verandert deze flyer het idee over waar ondernemers KVK voor kunnen benaderen?

Een deel van de community heeft de flyer niet ontvangen bij de inschrijving bij KVK. Of hebben de Nederlandstalige versie ontvangen. Aan hen willen we vragen: "Zou je, toen jij met je bedrijf begon, zijn geholpen met deze Engelstalige flyer?"

# Resultaten

## Interview quotes

- *"It's good to read what KVK stands for."*
- *"Maybe I am wrong, but my experience that most of the webinars are in Dutch only."*
- *"What can I find under the QR code?"*

## Sterke punten

Na het bekijken van de flyer, zien ondernemers verschillende sterke punten:

- Checklist: biedt een fijne 'reminder' van wat geregeld moet worden. Dit scheelt geld, tijd en geeft rust.
- Services: veel services zijn bij de ondernemers niet bekend. De flyer biedt zo inzicht in wat KVK - naast het registreren van een bedrijf - voor de ondernemers kan betekenen.
- Verwijzingen: het is goed dat wordt doorverwezen naar de website voor meer informatie (door middel van de QR-code). Na het zien van de flyer denkt ruim driekwart dat deze hen had kunnen helpen tijdens het opstarten van hun bedrijf.

## Verbeterpunten

Na het bekijken van de flyer, zien ondernemers verschillende verbeterpunten:

- Verwijzingen: vaak wordt gezegd dat meer info online te vinden is, maar niet precies waar (bijvoorbeeld bij de checklist en de e-mailseries). Ook kan het door elkaar halen van de websites van KVK en Business.gov.nl verwarrend zijn.
- Checklist: ontmoedigend en te star geformuleerd.
- Laatste twee alinea's: Deze lijken door de vormgeving net als de drie punten erboven een specifieke service te omschrijven. Het is overzichtelijker als dit duidelijk anders is.
- QR-code: er staat niet duidelijk vermeld wat er te vinden is met de QR-code, alleen de naam van de website.
- Naam: de volledige naam 'Netherlands Chamber of Commerce' mist bovenaan.

## Opzet

Bij dit onderzoek werd er gebruikgemaakt van de online community research methode en deden zestien deelnemers mee. Daarbij werd er één vragenlijst gebruikt.

# Reflectie

[Interne reflectie vanuit KVK]

## Inzichten

- De checklist wordt als positief gezien, maar er ontbrak informatie zoals over wetten en regels. Die heeft KVK nu toegevoegd.
- Er stond niet altijd genoemd waar precies meer informatie te vinden is. Dat heeft KVK duidelijker gemaakt.
- De website van KVK en Business.gov.nl worden door elkaar genoemd en bij de QR-code miste een toelichting. Daarom zijn in de vormgeving aanpassingen gedaan zodat duidelijker onderscheid is tussen de services en andere informatie.

## Vervolgstappen

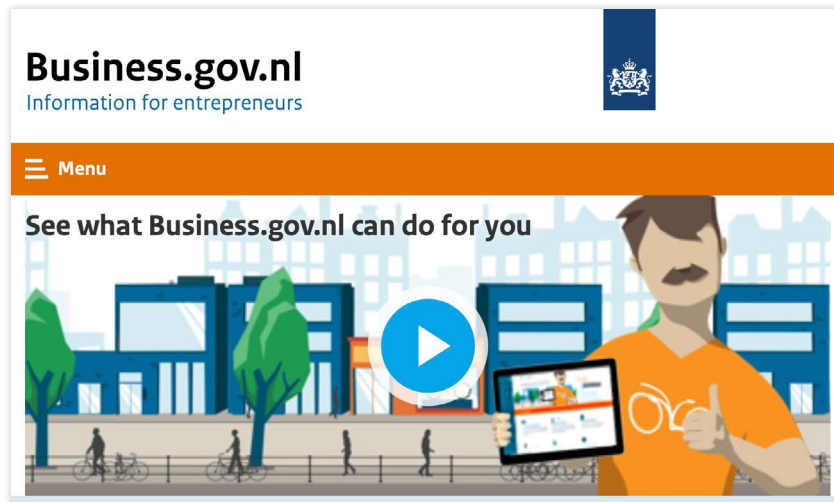
KVK heeft op basis van de feedback van de respondenten aanpassingen gedaan in de inhoud en volgorde van de informatie in de Engelstalige flyer, zodat deze nog beter aansluit op de wensen van de doelgroep. KVK heeft recent (begin juni) de aanpassingen gedaan en de flyer moet nu opnieuw opgemaakt en gedrukt worden. Dan kan KVK deze aangepaste flyer gaan meegeven aan de klant. Ook gaat KVK in overleg met de betrokken teams om te kijken wat er aangepast kan worden aan de landingspagina waarnaar verwezen wordt vanuit de flyer.

## Wat gaat nu veranderen voor de ondernemer?

Ondernemers hebben na het lezen van de flyer een beter beeld van hoe KVK hen verder kan helpen met het starten van het bedrijf. Uit het onderzoek kwam naar voren dat ruim driekwart na het zien van de flyer denkt dat deze hen had kunnen helpen bij het opstarten van hun bedrijf. Voornaamste redenen voor hen zijn:

- **Rol KVK.** De flyer informeert wat KVK voor ondernemers kan betekenen. Voor de meeste ondernemers verandert het beeld dat zij van KVK hadden: KVK is niet alleen van het registreren, maar ze weten nu ook beter welke services KVK nog meer kan bieden.
- **Efficiëntie.** De ondernemer hoeft minder zelf uit te zoeken; dat scheelt tijd en geld.
- **Helderheid.** Het hebben van een overzicht van to-do's geeft rust.

## ► Website Business.gov.nl



### Achtergrond

Ondernemers die vanuit een EU-land of elders in de wereld naar Nederland komen om hun bedrijf hier te starten of voort te zetten, kunnen informatie vinden op de Engelstalige website Business.gov.nl. De 'backbone' van de website – het menu met Coming to the Netherlands, Starting a business, Running a business, Ending a business – zou de (aspirant-)ondernemer op een logische en natuurlijke manier door het proces van 'ik wil naar Nederland komen en mijn bedrijf beginnen' tot aan 'ik ben hier gevestigd en run mijn bedrijf' en 'ik ga mijn bedrijf weer beëindigen' moeten leiden.

Echter, het menu bevat ook nog andere koppen: Financing your business, Sector-specific, Webinars and videos en Business Stories. Bovendien zijn de 'grote' menu-items onderverdeeld in soms wel 15 submenu's met elk een aantal artikelen – of zelfs nog meer subniveaus (vier is het maximale).

De vraag is of ondernemers begrijpen hoe zij door de website moeten navigeren.

- Vindt men wat men zoekt?
- Zo nee, waar loopt men vast?
- Wat verwacht men, en komt dat overeen met wat Business.gov.nl biedt?

# Onderzoeksvragen

## Doel van dit onderzoek

In hoeverre voldoet Business.gov.nl aan de informatiebehoefte van de niet-Nederlands-talige ondernemer en wordt die informatie op een logische en intuïtief vindbare wijze aangeboden?

Business.gov.nl wil door middel van dit vraagstuk antwoord krijgen op de volgende onderzoeksvragen:

- Zijn de ondernemers bekend met de website en hebben zij deze al bezocht?
- Wat zoeken ondernemers op de website en kunnen zij dit vinden?
- Is het taalgebruik eenvoudig genoeg?
- Zijn ondernemers geholpen met een mogelijkheid om de content persoonlijker te maken? Of met meer visuele content? Of met beide?
- Is de reis die ondernemers op de website afleggen logisch? In hoeverre voldoet Business.gov.nl aan de informatiebehoefte van de niet-Nederlandstalige ondernemer en wordt die informatie op een logische en intuïtief vindbare wijze aangeboden?

# Resultaten

## Interview quotes

- *“Good impression. Easy to navigate, search results are relevant, and of lot information displayed in an easily accessible way.”*
- *“Amount of information. I think it is a strength and weakness at the same time. If you need some information about businesses, you will for sure find it. But you will also see a lot more interesting information. And this will change your focus to another topic.”*

## Sterke punten

De website is bekend en heeft veel toegevoegde waarde. Bijna iedere ondernemer uit het onderzoek kent de website en heeft deze vaak bezocht.

- Indruk van de website is positief: veel informatie, gemakkelijk te navigeren, begrijpelijk en werkt goed op PC, telefoon of tablet. Om deze redenen gelooft iedereen dat de website hen kan helpen.
- Informatie ‘uit Nederland’ is goed vindbaar.
- Duidelijke taal, goed gebruik van visuals, zorg dat ondernemers informatie kunnen filteren. Het taalgebruik op de website is goed te begrijpen. Het is fijn dat (bijna) de hele website in het Engels is geschreven.
- Visuele elementen zijn goed ingezet. Ze leiden niet af, maar ondersteunen de inhoud.

## Verbeterpunten

- De grote hoeveelheid informatie kan afleiden.
- De website biedt geen voorleessoftware en dat kan lastig zijn voor bezoekers met een visuele beperking.
- Sommige sectoren worden niet genoemd op de website. Zorg dat ondernemers de website kunnen filteren op sector of type onderneming om deze persoonlijker te maken.
- Specifieke sector-gerelateerde informatie is lastiger te vinden.
- Informatie over het buitenland is niet goed vindbaar. Ondernemers zoeken vaak naar informatie omtrent belastingen of bedrijfsstructuren op de website.

Wat hiervoor kan helpen is:

- onderscheid in verschillende soorten onderdelen
- minder clicks nodig
- vraag-antwoord structuur
- 'hoveren' met de muis
- kernwoordenlijst
- geen dubbele informatie
- contactpersonenlijst

### Opzet

Bij dit onderzoek werd er gebruikgemaakt van de online community research methode en deden er negen deelnemers mee. Er werd één staircasevragenlijst gebruikt met één topic.

## Reflectie

[Interne reflectie vanuit Business.gov.nl]

### Inzichten

- Over het algemeen is men positief en blij met de informatie in het Engels. Wel is er zoveel informatie dat dit op zichzelf al bijna een probleem vormt.
- Eigenlijk bevestigt het onderzoek wat wij al vermoedden: dat het voor zoekende ondernemers beter is als zij kunnen filteren op hun specifieke situatie en sector, om zo door de bomen het bos weer te kunnen zien.

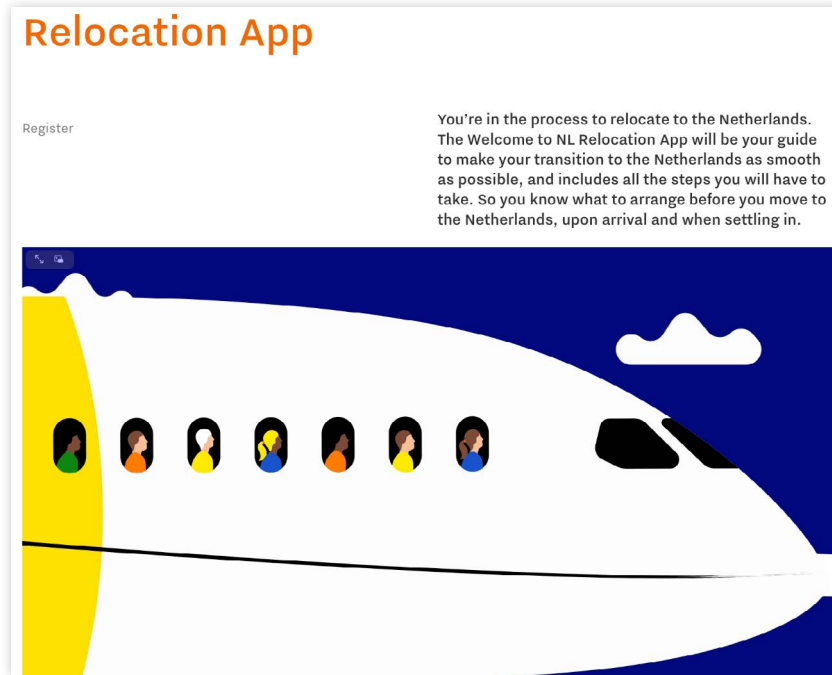
### Vervolgstappen

- Business.gov.nl gaat dit jaar de modulaire structuur voor de klantreis Starting a business in the Netherlands uitwerken en testen. Volgend jaar worden dan stapsgewijs de onderdelen live gezet.
- Business.gov.nl gaat ook werken aan een aantal andersoortige contentvormen – korte filmpjes, infographics.
- De opmerking dat er voor bezoekers met visuele beperkingen te weinig is geregeld doet denken dat daar ook meer aandacht voor moet komen, bijvoorbeeld door podcasts.

### Wat gaat nu veranderen voor de ondernemer?

In 2023: nieuwe navigatie, minder niveaus, meer gericht op onderwerp of sector.  
In 2024: content per stap van de klantreis live en tot één geheel maken.

## ► Welcome to NL Relocation App



## Achtergrond

Voor personen of ondernemers die bezig zijn met een verhuizing naar Nederland is er de 'Welcome to NL Relocation App'. Deze app dient als gids om de overgang naar Nederland zo soepel mogelijk te laten verlopen en bevat alle stappen die men moet nemen. Zo weet men wat men moet regelen voorafgaand aan een verhuizing naar Nederland, bij aankomst en bij het vestigen. Netherlands Point of Entry (NPOE) vraagt zich af in hoeverre de app voldoet aan de behoeften en verwachtingen van de doelgroep.

# Onderzoeksvragen

## Doel van het onderzoek

De vraag is of de doelgroep begrijpt hoe zij door de app moeten navigeren en hoe men dit ervaart. Vindt men wat men zoekt? Zo nee, waar loopt men vast?

Door middel van een UX gebruikerstest is geprobeerd antwoord te krijgen op de volgende onderzoeksvragen:

- Hoe ervaart de doelgroep de Relocation App?
- In hoeverre is de app van toegevoegde waarde bij het verhuizen naar Nederland?
- Helpt de app met de stappen die ondernomen moeten worden?
- In welke mate voldoet de inhoud aan de behoefte en verwachtingen van de doelgroep?
- In hoeverre is de content relevant, volledig en vindbaar?
- Hoe ervaart men de app in het gebruik (structuur, design, lay-out, uitstraling)?
- In hoeverre is de regionale content van meerwaarde?

# Resultaten

## Interview quotes

- *"I wish it existed at the time I was relocating to the Netherlands. It takes you through every phase..."*
- *"I had to research for days and hours. Newcomers are spoiled!"*
- *"So nice to have everything in one place. So many people tell you things."*

## Sterke punten

- De doelgroep is zeer positief over de gebruikerservaring van de app.
- De app sluit goed aan op de behoeften van de doelgroep.
- Men ziet de app als een passende oplossing voor de uitdagingen die ze zelf ooit bij hun verhuizing hebben ervaren. Men vindt het prettig een compleet overzicht van alle betrouwbare informatie op een plek te kunnen benaderen.
- Zowel de content, de indeling als de functionaliteiten scoren een ruime voldoende bij de doelgroep. De indeling in de journey-sectie in combinatie met de voortgangscirkel stimuleert de gebruiker op een fijne manier de informatie stap voor stap tot zich te nemen. Men is positief over de content.

## Verbeterpunten

Wel zijn er een aantal aandachtspunten:

- Graag zou men meer personalisatie zien om ook de overige content nog meer te laten aansluiten op de behoeften van de gebruiker. Men noemt een onboarding procedure met een aantal vragen als mogelijk middel.
- Men heeft veel tijd nodig om de menustructuur te begrijpen. Het dashboard wordt niet als zodanig herkend, en het is onduidelijk wat de 'knowledge' sectie inhoudt. De iconen zonder labels zijn niet duidelijk.
- Ondanks de onduidelijke structuur kan men soepel en zelfstandig navigeren door de app en in het bijzonder door de journey-sectie. Alle taken voert men moeiteloos zelfstandig uit.
- Wanneer men doelgericht op zoek gaat naar informatie, gebruikt men de zoekfunctie naar tevredenheid. Men zou deze graag vanuit meerdere plekken in de app kunnen gebruiken.
- Aandachtspunten voor de navigatie zijn de herkenbaarheid van knoppen, de links tussen de pagina's binnen de app, en het gebrek aan directe interne links.

### Opzet

Bij dit onderzoek werd gebruikgemaakt van de Single online UX interviewmethode. Vijf deelnemers deden mee. Er werden diepte-interviews gehouden van ongeveer zestig minuten.

## Reflectie

[Interne reflectie vanuit Welcome to NL]

### Inzichten

- Over het geheel is men positief over de Relocation App en hadden ondernemers gewild dat dit al was aangeboden gedurende hun eigen relocation proces. Informatie wordt gewaardeerd en sluit aan op een behoefte.
- De leesbaarheid van de teksten kan op sommige punten verbeterd worden (onder andere door te kijken of bepaalde teksten korter kunnen worden gemaakt).
- De gebruiker heeft wat meer moeite met het navigeren en de betekenis van icoontjes op het dashboard.
- Opnieuw evalueren van de introductietekst op dashboard.

### Vervolgstappen

1. De teksten optimaliseren. Waar mogelijk maken we een aantal teksten korter.
2. De makers van de Relocation App gaan kijken wat er mogelijk is om de navigatie duidelijker te maken wat betreft de knoppen/icoontjes die worden gebruikt.
3. Opnieuw onderzoeken of de contactgegevens van het lokale Welcome Centre op de juiste plek staan.

### Wat gaat nu veranderen voor de ondernemer?

1. De optimalisatie van de teksten gaat de Netherlands Point of Entry, in overleg met hun stakeholders, doorvoeren.
2. Indien mogelijk past de Netherlands Point of Entry ook de icoontjes aan, maar het is nog niet duidelijk of dit mogelijk is.
3. Netherlands Point of Entry onderzoekt of het mogelijk is om een afsluitend bericht wellicht met een persoonlijk testimonial toe te voegen.

Hierdoor wordt het makkelijker voor de ondernemer om de app te gebruiken. Zo weet men wat men moet regelen en welke stappen te nemen. Dit helpt om de overgang naar Nederland zo soepel mogelijk te laten verlopen.



# Extra informatie onderzoek Welcome to NL Relocation App

Naast de inzichten en verbeterpunten die benoemd zijn in de interne reflectie zijn er nog andere belangrijke punten die Welcome to NL graag wilt benadrukken bij het onderzoek van de Relocation App<sup>1</sup>:

- De deelnemers van het onderzoek konden zich niet zelf voor de app aanmelden via het reguliere aanmeldformulier. Daarom was het bijvoorbeeld niet mogelijk om aan te geven of partner en kinderen ook mee kwamen.
- Uit het onderzoek kwam naar voren dat de deelnemers 'meer personalisatie' willen. Echter, is dit wel mogelijk met de Relocation App? Het is niet te achterhalen of de deelnemers aan dit onderzoek zich daarvan bewust waren.
- De deelnemers van het onderzoek zijn ondernemers die al concreet bezig waren met de verhuizing en de bijbehorende stappen. De Relocation App is juist bedoeld voor de voorlopende oriënterende ondernemer die nog niet weet in welke regio hij wil wonen.

<sup>1</sup> In de Relocation App is het mogelijk om te kiezen voor 'meer personalisatie'. De app-gebruikers kunnen dan specifieke informatie krijgen over hun regio/familiestatus en kunnen zij aangeven of zij EU-burgers zijn of non-EU burgers.

## ► Socialmediakanalen Business.gov.nl



### Achtergrond

Business.gov.nl maakt steeds meer gebruik van social media (Twitter, LinkedIn, Instagram en een nieuwsbrief) om informatie te delen. Deze informatie wordt veelal ook op de website Business.gov.nl aangeboden. Via de socialmediakanalen hoopt Business.gov.nl op een groter bereik onder niet-Nederlandstalige ondernemers. Soms wordt informatie gedeeld zonder te linken naar de website. Business.gov.nl wil weten of niet-Nederlandse ondernemers de kanalen Twitter, LinkedIn en Instagram vinden passen bij Business.gov.nl en wat zij van deze kanalen vinden.

# Onderzoeksvragen

## Doel van het onderzoek

In hoeverre passen de kanalen Twitter, LinkedIn en Instagram bij Business.gov.nl en wat vinden de ondernemers van deze kanalen?

De hoofdvraag valt uiteen in de volgende onderzoeksvragen:

- Vinden de ondernemers de uitingen passen bij Business.gov.nl?
- Zijn de onderwerpen persoonlijk relevant?
- Zijn de onderwerpen relevant voor ondernemers in het algemeen?
- Vinden de ondernemers de 'tone of voice' passen bij Business.gov.nl?
- Vinden de ondernemers het prettig om via deze kanalen informatie van Business.gov.nl te ontvangen?

# Resultaten

## Interview quotes

- *"I actually follow Business.gov.nl on Twitter and believe that the admin user should interact with replies more frequently."*
- *"I think LinkedIn is the most professional one but most of the new entrepreneurs also use Instagram, which can give easy and fast information."*

## Sterke punten

- LinkedIn past goed, Instagram redelijk en ondernemers zien kansen met WhatsApp en e-mail.
- Ondernemers vinden het fijn om door Business.gov.nl via social media geïnformeerd te worden. LinkedIn is het meest geschikt voor het delen van informatie met ondernemers.
- Instagram, WhatsApp en e-mail kunnen hiernaast ook worden ingezet voor een deel van de ondernemers.
- De informatie is bij alle drie relevant, de 'tone of voice' is goed en LinkedIn is aantrekkelijk om te volgen.

## Bijzonderheden

- Bij alle drie de kanalen (Twitter, LinkedIn en Instagram ) is de gedeelde informatie over het algemeen persoonlijk relevant en relevant voor ondernemers in het algemeen.
- Twitter is het minst geschikte kanaal van de bestaande drie en minder 'on top of mind'.
- De 'tone of voice' op de drie kanalen past volgens de ondernemers goed bij Business.gov.nl.
- Bijna iedereen wil de bestaande LinkedIn-pagina graag volgen en bijna iedereen wil minstens één van de socialmediakanalen volgen.

## Opzet

Bij dit onderzoek werd gebruikgemaakt van de online community research methode en deden elf deelnemers mee. Daarbij werd één vragenlijst gebruikt.

## Reflectie

[Interne reflectie van Business.gov.nl]

### Inzichten

- Veel ondernemers weten Business.gov.nl te vinden en geven aan dat zij informatie via LinkedIn en e-mail het fijnst vinden.
- Toch zien veel ondernemers de handigheid van Instagram en is er een hele nieuwe generatie die Instagram veel gebruikt.
- Twitter lijkt een platform dat Business.gov.nl wellicht zou kunnen uitfaseren.

### Vervolgstappen

- Business.gov.nl verstuurd al vanuit LinkedIn een nieuwsbrief. Het social media team gaat kijken hoe deze beter onder de aandacht kan worden gebracht.
- Business.gov.nl heeft dit jaar de strategie dat de nadruk ligt op LinkedIn en Instagram. Twitter wordt voor nu behouden, vanwege het aantal volgers en het bereik dat we op dat kanaal hebben.
- Het gebruik van WhatsApp gaat Business.gov.nl onderzoeken.

### Wat gaat nu veranderen voor de ondernemer?

- Ondernemers zullen gaan merken dat Business.gov.nl nog meer aandacht en liefde in LinkedIn zal steken.
- Business.gov.nl gaat de nieuwsbrief beter onder de aandacht brengen.
- Bovendien krijgt het Instagram-account van Business.gov.nl nog een boost, zodat ondernemers hen daar goed kunnen vinden.

# Bijlagen



# Extra informatie deelnemers

## Herkomstlanden van de deelnemers

In totaal deden 54 niet-Nederlandstalige ondernemers mee aan het onderzoek.<sup>2</sup>



- Van die 54 deelnemers komen er 15 uit een Europees land binnen de EU zoals Frankrijk, Italië, Spanje en België.
- 12 deelnemers komen uit een Europees land dat buiten de EU valt zoals Turkije, Engeland en Oekraïne.
- 15 deelnemers komen uit een Aziatisch land zoals China, India en Indonesië.
- 6 deelnemers komen uit Afrikaanse landen zoals Zimbabwe, Nigeria, Democratische Republiek Congo en Zuid-Afrika.
- 2 deelnemers komen uit Australië.
- 3 deelnemers komen uit Noord-Amerikaanse landen: VS en Canada.
- 1 deelnemer komt uit een Zuid-Amerikaans land, namelijk Columbia.

## Informatie over de ondernemingen van de deelnemers

- De meeste ondernemers begonnen in 2022 of 2023 met hun onderneming. Enkele hadden sinds 2018 al een onderneming.
- De meeste ondernemers hebben maar één onderneming, enkele hebben meer dan één onderneming.
- De meeste ondernemers werken in de dienstensector, een paar van hen werken in de bouw en enkele werken in de landbouw en visserij.
- De meeste ondernemers hebben geen personeel in dienst.
- De meeste ondernemers hebben een onderneming in de grote steden zoals Amsterdam, Utrecht of Leiden.

<sup>2</sup> Het bleek erg lastig te zijn om deelnemers te vinden uit EU-landen. Daarom mochten ondernemers die uit non-EU landen komen, ook meedoen in de online research community. Anders hadden we niet genoeg ondernemers om de onderzoeken uit te voeren.

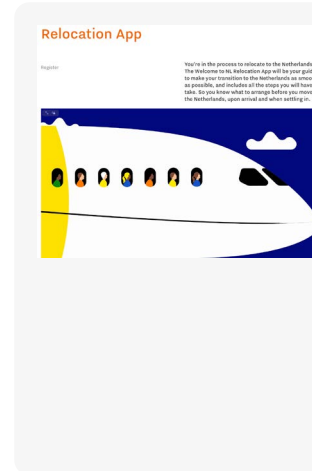
# Extra informatie producten & diensten



## KVK Welkomstflyer

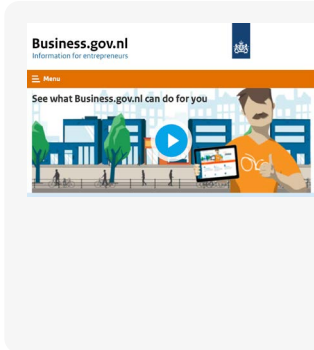
De flyer wordt door elke Frontoffice meegegeven aan niet-Nederlandstalige ondernemers als zij zich komen inschrijven bij KVK.

Hierin staan links naar artikelen voor starters, een webinar en een e-mailnieuwsbrief waarvoor ze zich kunnen aanmelden.



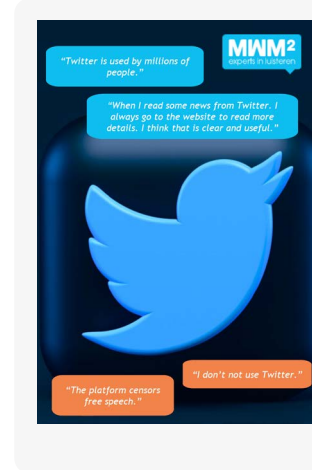
## Welcome to NL Relocation App

Voor personen of ondernemers die bezig zijn met een verhuizing naar Nederland is er de 'Welcome to NL Relocation App'. Deze app dient als gids om de overgang naar Nederland zo soepel mogelijk te laten verlopen en bevat alle stappen die men moet nemen. Om toegang te hebben tot de app, moet men zich eerst registreren.



## Website Business.gov.nl

De algemene website van Business.gov.nl (Engelstalige ondernemersplein) wordt regelmatig bezocht door niet-Nederlandstalige ondernemers. Business.gov.nl wil graag weten wat de ondernemers van de website vinden. Er is onlangs ook meer Engelstalige content toegevoegd aan de website zoals artikelen en webinars voor ondernemers.



## Socialmediakanalen Business.gov.nl

Business.gov.nl maakt steeds meer gebruik van social media (Twitter, LinkedIn, Instagram en een nieuwsbrief) om informatie te delen die ook op de website Business.gov.nl wordt aangeboden. Business.gov.nl wil weten wat ondernemers vinden van de socialmediakanalen van Business.gov.nl.

Kijk op: [KVK.nl](https://www.kvk.nl)

