

RESULTATEN CAMPAGNE

48 uur buiten de lijntjes in Arnhem



27 juni 2023

PAGE 1



Arnhem

Campagne doel en doelgroep

We inspireren en activeren de potentiële bezoeker voor een meerdaags bezoek aan Arnhem en de creativiteit van de stad te zien, voelen en beleven met de boodschap:

“Ga er even tussenuit en waag je ‘buiten de lijntjes’ in creatief en verrassend Arnhem.”



We richten ons op de Stijlzoeker, die kenmerkt zich als gedreven, doelgericht, ambitieus, zelfverzekerd, ondernemend en sportief. 17,3% van de Nederlanders is Stijlzoeker. De leeftijdsgroep 18 t/m 29 jaar is iets groter dan gemiddeld. Ze houden van exclusiviteit, luxe en comfort. Ze willen geprikkeld worden dus er mag veel te beleven zijn. ‘Work hard, play hard’ is op de stijlzoeker van toepassing. In de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland, Utrecht en Noord-Brabant wonen relatief veel stijlzoekers, deze regio’s staan centraal in de campagne-inzet.

Samenvatting resultaten

Met de campagne zijn ruim **2 miljoen Stijlzoekers** geïnspireerd voor een **meerdaags bezoek aan de binnenstad** van Arnhem. Ruim 8.000 daarvan hebben het diverse aanbod bekeken op de speciaal gebouwde campagnepagina op visitarnhem.com/buitendelijntes. Hiermee zijn de **KPI's** ruimschoots **behaald**.



CAMPAGNEPAGINA

8.353 bereik
(6.000 begroot)



VERA

13 min lange vlog
35.806 views
202.151 bereik Instagram



SOCIAL MEDIA

257.023 bereik
ruim 4.000 klikken



DPG

1.546.500 bereik
2.855 lezers
5.207 kliks



Campagne- pagina

visitarnhem.com/buitendelijntjes

- Weergaven: 10.933
- Gebruikers: 8.353 (6.000 begroot)
- Gemiddelde sessieduur: 00:33 minuten

Ruim 4.000 weergaven kwamen via de social media campagne en ruim 5.200 via de kanalen van DPG.

— Paginaweergaven



PAGE 4



48 UUR BUITEN DE LIJNTJES IN ARNHEM

Op er even tussenuit en vraag je 'buiten de lijntjes' in creatief en verrassend Arnhem. Arnhem kent een kleurrijk en levendig centrum, omringd door groene parken en bossen. Met unieke conceptstores en mensen die je alleen in modieuze Arnhem vindt. Waar je wilde kunst ontmoeten in de vele restaurants en de halve culturele hotspots. Waar de creatieve geestes van de stad hun bestemming hebben geest in de openbare ruimte. Een stad waar je gewoon lekker jezelf kunt zijn en je de ruimte krijgt en vindt om ontspanning en mapmaking te combineren in je bezoek! Kortom, volop aanbod om je 48 uur lang te vermaken in Arnhem!

TO DO

Arnhem is een bruisende stad waar je kunt genieten van talloze culturele en historische bezienwaardigheden. Bereid je voor op de toer? Neem hieronder een kijkje!



Het Postbeater

Centraal in Arnhem, achter het Velperpoortstation vindt u het nostalgische en sfeervolle Postbeater...

ARNHEM



Historische Kelders Arnhem

Onder de wijkstraten van Arnhem bevinden zich zo'n 36 eeuwenoude kelders, in 2001 in oude glorie gerestaureerd.

ARNHEM



Street Art tour / stadswandeling met gids

De stad Arnhem is de afgelopen jaren opgevolgd met vele muurschilderingen. Wie een route loopt door...

ARNHEM



Theater a/d Rij

Theater a/d Rij is theater in het centrum.

ARNHEM



Arnhem



Social media campagne



466.603
impressies

257.023
bereik

3
posts

De campagne op social media (Facebook en Instagram) hebben we ingezet met als doel verkeer naar de campagnepagina. De focus ligt dan op de gemiddelde kosten per klik. Dit wijkt af van het initiële plan om te sturen op bereik en daarom is de KPI ook niet exact behaald (600.000 impressies). Daarentegen is de traffic op de campagnepagina daarom wel een stuk hoger dan ingeschat!

De kosten per klik liggen rond de gemiddelde benchmark van Nederland, namelijk € 0,43 op Facebook en € 1,25 op Instagram.

In de campagne is de volgende segmentatie toegepast om de Stijlzoeker te bereiken:

- Leeftijd: 20 tot 60 jaar
- Interesses: mensen die vaak reizen, Nederland, vakanties, weekendjeweg, museum, lopen, shoppen, hotel, cultuur, natuur, natuurlijke omgeving, restaurant, eten en drinken, historie.
- Taal: Nederlands



Statistieken en advertenties bekijken

Bericht promoten

Influencer Vera Camilla

Vlog YouTube

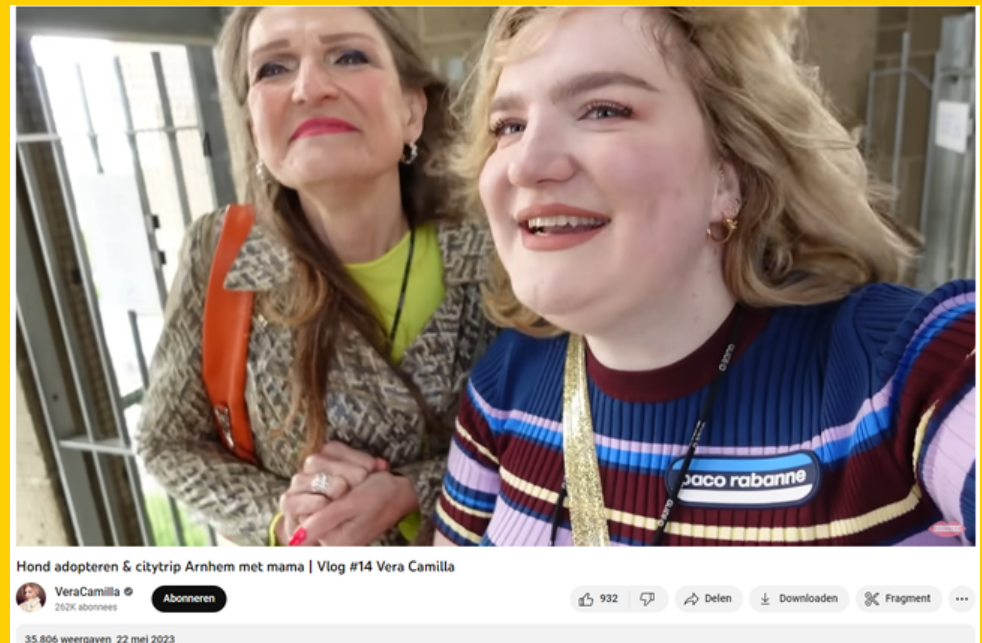
- Ruim 13 minuten lang! (1,5 minuut afgesproken)
- 35.806 keer bekeken sinds 22 mei
- 943% vrouw, 50% tussen 25-49 jaar

Instagram

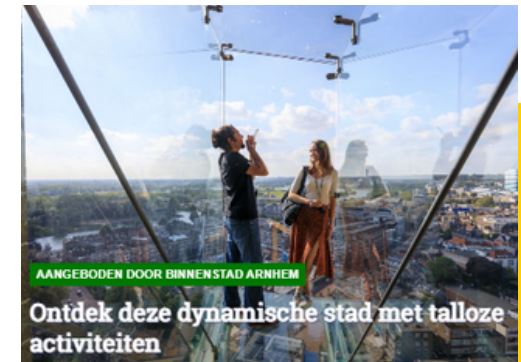
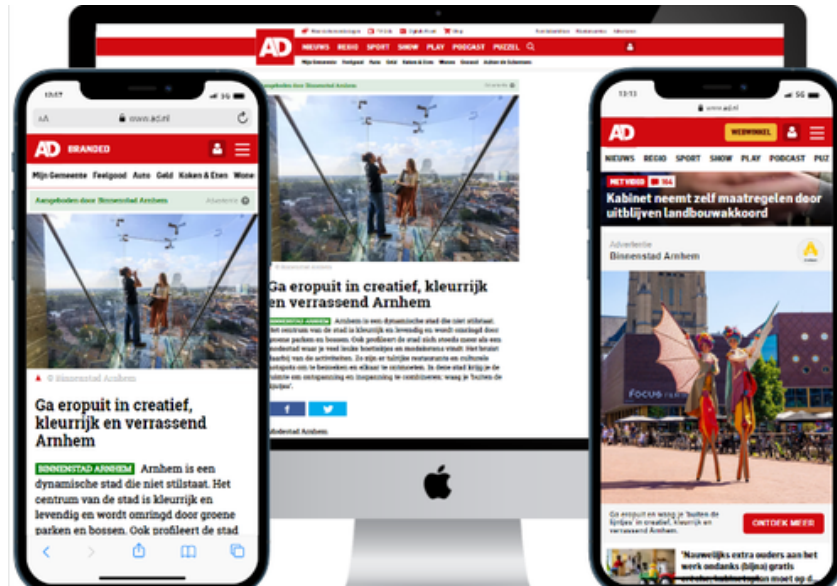
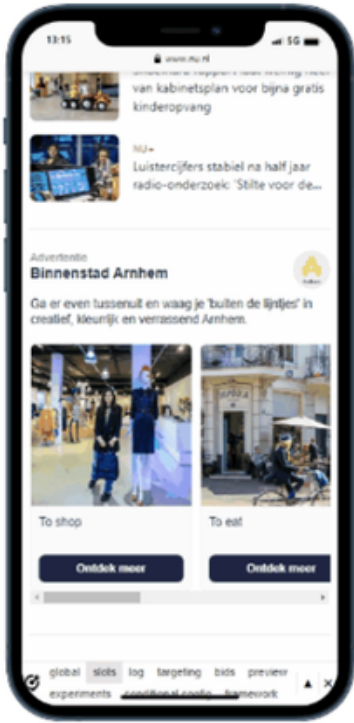
- Post: 87.531 bereik, 4.661 likes, 73 reacties en 574 keer opgeslagen.
- Totaal 4 stories: 114.620 bereik

Reactie Vera

"Ik kreeg al meerdere DM's van volgers die gelijk naar Arnhem zijn gekomen. Ook na de YouTube video zijn de kijkers enorm betrokken gebleken en werden er veel leuke reacties geplaatst van mensen die enthousiast zijn geworden na mijn citytrip. Bedankt voor de leuke samenwerking, ik voel me enorm (terug) verwelkomd in Arnhem en hoor graag wanneer ik nog eens iets kan betekenen of we een vervolgsamenwerking kunnen inplannen."



Inzet DPG



- Er zijn 1.546.500 impressies uitgeleverd met zichtbaarheid voor Binnenstad Arnhem (1.477.500 begroot)
- 2.855 mensen hebben het artikel gelezen (2.500 begroot)
- De inzet heeft maar liefst 5.207 klikken naar de campagnepagina gerealiseerd (3.500 begroot)
- Getartget op de Stijlzoeker (geografisch, demografisch en interesses)

Fase				Impressies	Reads	Leestijd	Kliks
1	Touch	Seamless 16 mei - carrousel 12 juni	Inspiratie voor binnenstad Arnhem en directe traffic naar de campagnepagina.	751.000			5.207 (boven benchmark)
2	Tell	Artikel 22 mei - 18 juni	Gesponsored artikel op AD - inspireren van de lezer met het aanbod. Om het artikel aan te jagen werd een 'smarticle pakket' ingezet. Dat zijn impressies van banners die zorgen dat het artikel wordt gelezen door de juiste doelgroep.	738.000	2.855 (conform benchmark)	1m06s	
3	Sell	Seamless 22 mei - Image XL 18 juni	Retargeting waardoor we nog een keer zichtbaar bij de lezers van de artikelen en bezoekers van de campagnepagina op visitarnhem.com/buitendelijntjes en verleiden we ze opnieuw om de pagina te bezoeken.	57.500			442 (boven benchmark)





SUCCESSVOLI!

