

visitveluwe

Themacampagne 2020

Zomers genieten op de Veluwe



Zomers genieten!

Op de waterrijke Veluwe bruist het altijd! Kom optimaal genieten van deze zomer.

De doelgroep Harmoniezoekers is via verschillende platformen benaderd met de content. O.a. Viva.nl, Flair.nl en onze eigen kanalen zijn ingezet voor de promotie van de campagne.



Samenvatting resultaten

Met een totaal bereik van ruim 400.000 personen heeft de campagne goede resultaten bereikt!

Vooraf het bezoek op de campagnepagina is ver boven verwachting.

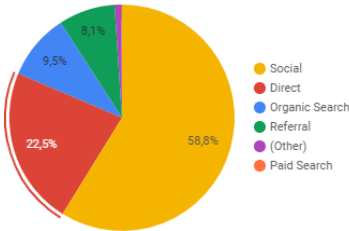
	Totaal bereik
Landingspagina	8.862
Artikelen	8.836
Social media	76.075
Viva.nl	40.796
Flair.nl	39.939
Extra media Voorst	240.073
TOTAAL	414.581

Landingspagina

- Bijna 9.000 bezoeken op de campagnepagina (begroot 3.000).
- Ivm Corona zien we een stijging op de gehele website visitveluwe.nl.
- De twee pieken in de grafiek zijn te verklaren naar de twee social media posts.
- De gemiddelde tijd die men op de landingspagina doorbracht is heel goed met ruim 1 minuut en 47 seconde.
- De meeste bezoekers hebben op 'meer info' geklikt (button bij eerste item op de campagnepagina). Dit was tevens het artikel van Apenheul.



Paginaweergaven	Sessies	Gebruikers
8.862	1.878	5.634
Gem. sessieduur	Pagina's/sessie	Bouncepercentage
00:01:47	4,72	54,31%



Kanaal	Sessies	Bouncep...
1. m.facebook.com / referral	1.071	60,69%
2. (direct) / (none)	423	46,57%
3. google / organic	172	58,72%
4. geldersestrecken.nl / referral	142	24,65%
5. instagram.com / referral	26	65,38%
6. buitenleven / offline	14	64,29%
7. l.facebook.com / referral	5	80%
8. recreatiekrant / offline	4	25%

Waar is op geklikt?	Aantal kliks
1. meer info	410
2. Menu	366
3. lees meer over de Hanzesteden	366
4. Meer lezen over Chillen aan het water: fijne recreatiege...	239
5. Zien en Doen	232
6. Eiburg	194
7. Hattem	182
8. Hanzesteden	165

Voor deze themacampagne zijn 4 artikelen geschreven:

- <https://www.visitveluwe.nl/artikelen/10-tips-voor-een-zomer-op-de-veluwe>
- <https://www.visitveluwe.nl/artikelen/chillen-aan-het-water-fijne-recreatiegebieden>
- <https://www.visitveluwe.nl/artikelen/ontdek-de-waterrijke-veluwe-met-deze-watersporten>

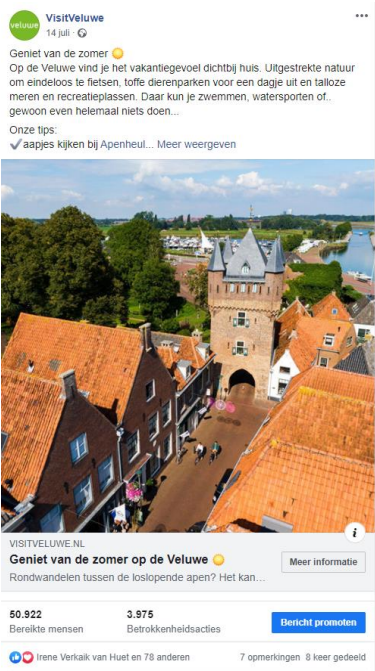
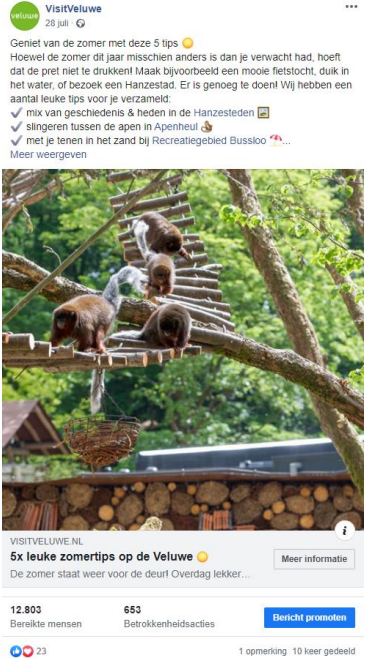
1 juni t/m 31 augustus	10 tips voor een zomer op de Veluwe	Chillen aan het water	Ontdek de waterrijke Veluwe met deze watersporten
Paginaweergave	506	6.292	2.038
Gemiddelde leesduur	00:01:25	00:00:29	00:01:58
Gebruikers (uniek)	452	5.114	1.535

Social media

Voor de campagne zijn verschillende artikelen gepromoot via de social media kanalen. Hierbij zetten we budget in en targetten we specifiek op de doelgroep van de campagne.

De advertenties hebben zowel op Facebook en Instagram gedraaid en automatisch geoptimaliseerd voor de beste keuze. Bij alle posts was dit overduidelijk Facebook. Dat beeld past ook bij de media-consumptie gedrag van de doelgroep (Harmoniezoekers).

Er is ingezet op zoveel mogelijk verkeer naar de campagnepagina op visitveluwe.nl. Dit zie je duidelijk terug in het aantal kliks.



	13 juli t/m 3 augustus
Totaal impressies	76.075
Aantal posts	2
Weergave organisch	9.649
Weergave betaald	66.426
Bereik organisch	8.528
Bereik betaald	54.841
Klikken	14.337
Likes	152
Reacties	14
Gedeelde berichten	18

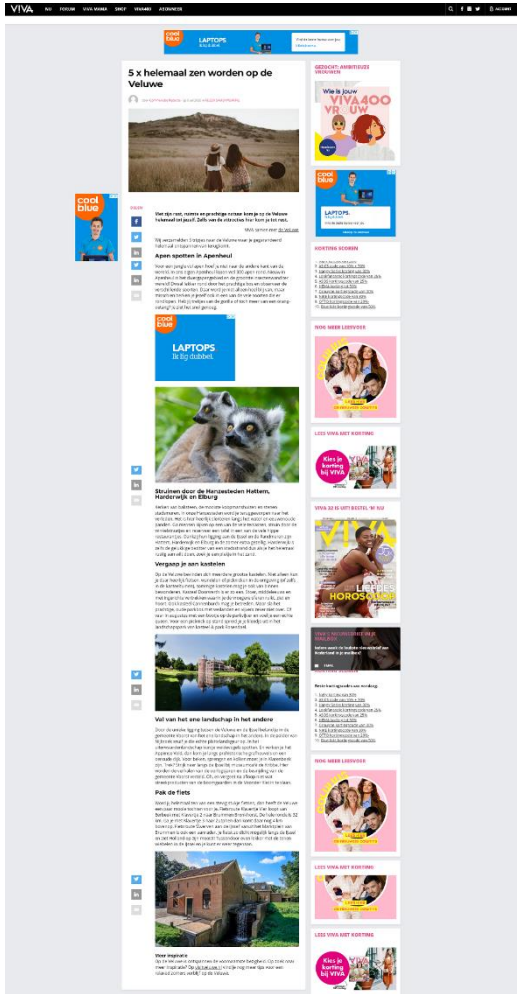
Externe media inkoop – Viva.nl

Op viva.nl heeft een gesponsord redactioneel artikel online gestaan vanaf 9 juli. Ter promotie hiervan is ook een Facebook post geplaatst.

<https://www.viva.nl/samenwerking/5-x-ontspannen-op-de-veluwe/>
<https://fb.me/22rS7imi6y16OJS>

Resultaten online artikel	Live 9 juli
Aantal views	4.087
Unieke views	3.762
Gemiddelde leestijd	00:01:30
Clickouts & CTR	45 - 1,10%
Benchmark op aantal views	4.000

Resultaten Facebook post	8 t/m 22 juli
Bereik	36.709
Vind-ik-leuks	20
Opmerkingen	16
Gedeeld	2
Klikken op link	2.504
Overige klikken	619



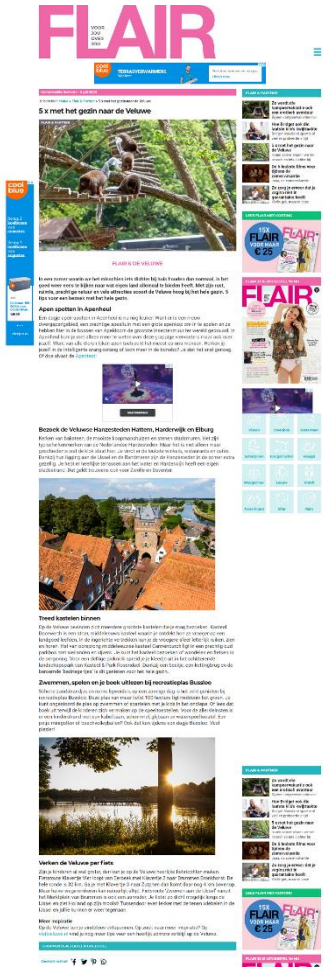
Externe media inkoop – Flair.nl

Op flaironline.nl heeft een gesponsord redactioneel artikel online gestaan vanaf 9 juli. Ter promotie hiervan is ook een Facebook post geplaatst.

<https://www.flaironline.nl/flair-en-partner/5-x-met-gezin-naar-veluwe/>
<https://fb.me/1ETjxYloKvhvBrv>

Resultaten online artikel	Live 8 juli
Aantal views	4.475
Unieke views	4.330
Gemiddelde leestijd	00:01:01
Clickouts & CTR	37 - 0,82%
Benchmark op aantal views	3.500

Resultaten Facebook post	8 t/m 22 juli
Bereik	31.464
Vind-ik-leuks	32
Opmerkingen	20
Gedeeld	4
Klikken op link	2.249
Overige klikken	398



SPECIAAL VOOR VOORST - Externe media inkoop

Speciaal voor Voorst is een artikel geschreven over de IJsselvallei. Deze is verschenen in het tijdschrift Buitenleven en gepromoot via de social media kanalen. Hierbij zetten we budget in en targetten we specifiek op de doelgroep van de campagne.

Social media inzet

De advertenties hebben zowel op Facebook als Instagram gedraaid en automatisch geoptimaliseerd voor de beste keuze. Dit was overduidelijk Facebook. Dat beeld past ook bij de media-consumptie van de doelgroep (Harmoniezoekers). Er is ingezet op zoveel mogelijk weergaven, dat is goed gelukt! Zie alle resultaten in het tabel hiernaast.

Artikel

Het artikel is 793 keer gelezen (648 unieke lezers). Gemiddeld heeft de lezer 35 seconde gelezen.

<https://www.visitveluwe.nl/blogs/verken-de-spetterende-ijsselvallei-vanuit-voorst>

Buitenleven

Daarnaast is er een 1/1 pagina in het magazine Buitenleven ingekocht. Deze is op 26 juni verschenen. Mediawaarde € 3.750 en oplage 69.000 exemplaren.

	25 t/m 30 augustus
Totaal impressies	170.425
Aantal posts	1
Weergave organisch	3.572
Weergave betaald	166.853
Bereik organisch	3.314
Bereik betaald	159.929
Klikken	1.537
Likes	181
Reacties	15
Gedeelde berichten	10

