

An aerial photograph of a park during autumn. A central pond features a fountain with multiple jets of water. The surrounding trees are in various stages of autumn color, ranging from green to bright yellow and orange. A winding path and a parking lot are visible in the upper right.

apeldoorn
partners

Najaarscampagne 2024
Apeldoorn Partners

Aanleiding

Voortbouwen op het succes van de eerste nationale campagne om Apeldoorn en het stadsmark bekender te maken. Zo trekken we nieuwe doelgroepen aan en versterken daarmee de economie

Resultaten

Het hoofddoel van de campagne was naamsbekendheid. In totaal zijn mensen 8.254.813 keer in contact gekomen met Apeldoorn en het stadsmerk. Dit is een stuk hoger dan de doelstelling van 6.500.000 keer.

Deze campagne was er een speciale landingspagina waar het najaarsaanbod werd uitgelicht. Door advertenties werd men aangespoord in [inapeldoorn.nl/herfst](https://www.inapeldoorn.nl/herfst) te ontdekken. Deze is meer dan 20.000 keer bekeken!

**We hebben de
volgende middelen
gekozen**



An aerial photograph of a dense forest with trees in various shades of green, yellow, and orange, indicating autumn. In the background, a city skyline is visible, including several tall buildings. A wooden observation tower stands in the lower right foreground.

Middelen

- **Radio**
- **Outdoor reclame**
- **Media**
- **Online**



Radio



Radio

Radiocommercial op

Radio 1

Radio 2

3FM

Resultaten van de commercial



Bereik

**Aantal mensen bereikt:
2.1 miljoen
in de leeftijdscategorie 25-67**



Contactmomenten

**Zij hebben de
spot gemiddeld 4.9
keer gehoord**



Doelgroep

**20.4% van de mensen in de
leeftijdscategorie 25-67
bereikt.**



Outdoor reclame

Outdoor in 5 steden:

Digitale out of home campagne op Rotterdam Centraal, Eindhoven Centraal, Den Haag CS, Utrecht CS. Er is voor deze steden gekozen omdat hier de meeste websitesbezoekers vandaan komen. Hier zijn de uitingen, video's van 10 seconden, tijdens de spits zichtbaar geweest. Daarnaast waren we zichtbaar met abri's rond station Haarlem omdat hier geen digitale schermen zijn



Outdoor reclame



Op Rotterdam Centraal, Den Haag Centraal en Utrecht Centraal is de campagne zichtbaar geweest op de high impact schermen

Bereik Outdoor



Bereik

**2.419.047 mensen
hebben de uitingen gezien**



Zichtbaarheid

**Onze uitingen waren
elke 1,5 minuut
zichtbaar**



Aantal plaatsingen

**In totaal zijn er 128
schermen ingezet**

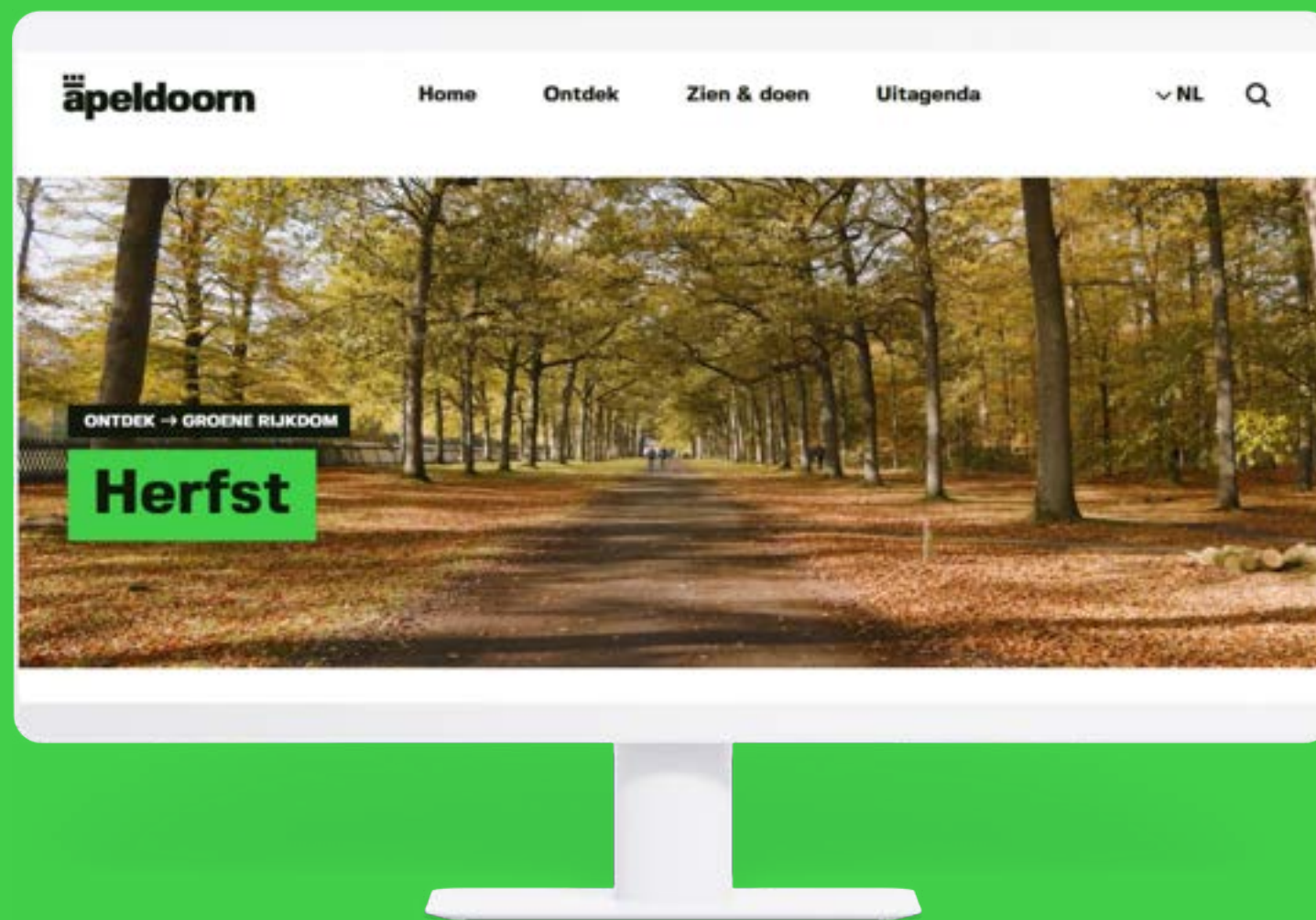
Outdoor reclame

In de steden met de uitingen nam het aantal bezoeken aan onze website toe

Den Haag + 42%

Utrecht + 45%

Haarlem + 61%



uit.inapeldoorn.nl

Rotterdam + 53%

Eindhoven + 24%



Lokale mupi's

Ook in Apeldoorn hebben wij posters geplaatst. Met 63 mupi's hebben we het winteraanbod in Apeldoorn in de spotlight gezet





Media

Magazines

We hebben advertenties geplaatst in het Volkskrant Magazine, Wonen Landelijke Stijl en Vtwonen magazine. De lezers werden aangespoord de herfst in Apeldoorn te ontdekken en de landingspagina te bekijken



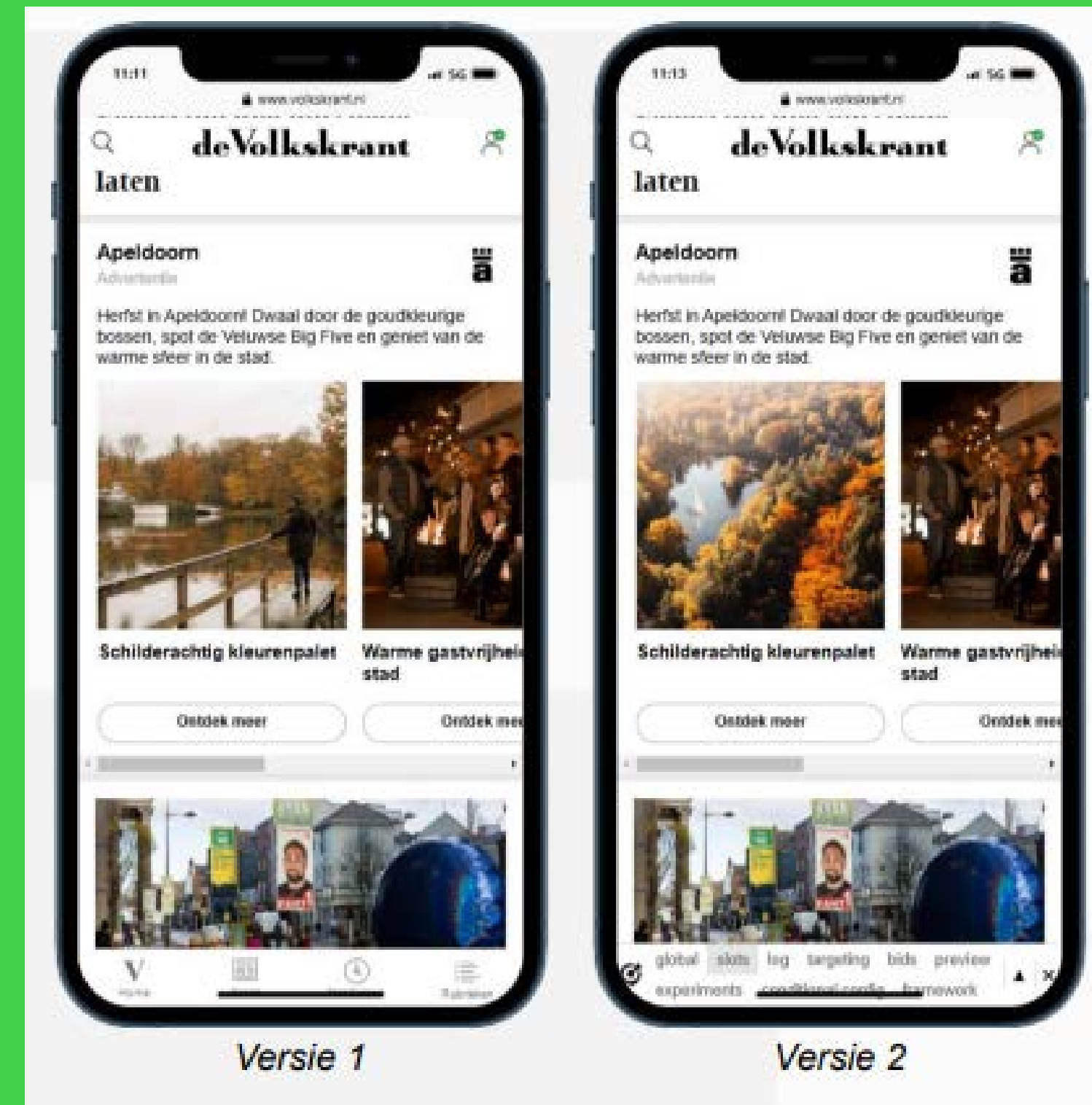
Bereik

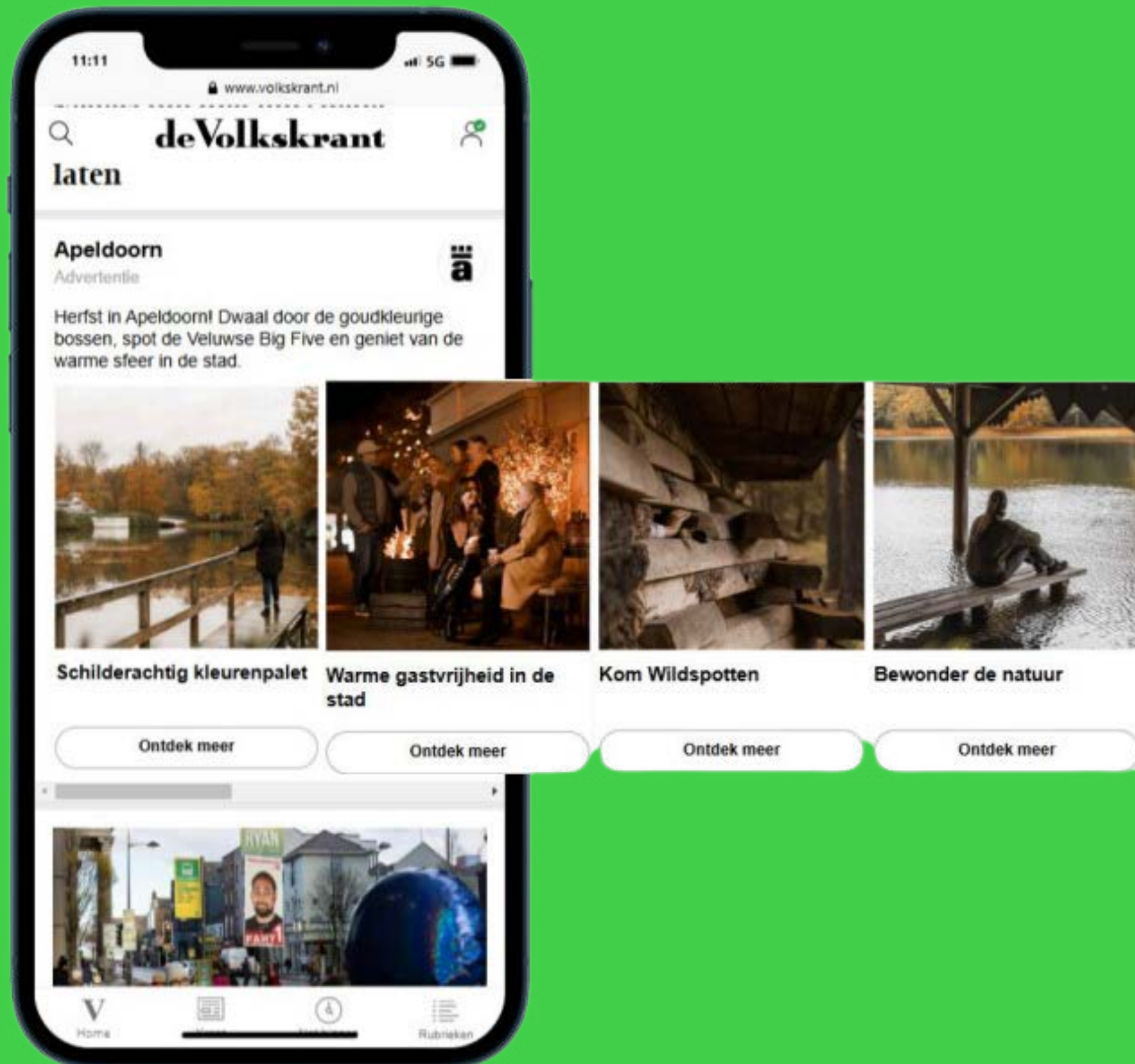
- Volkskrant Magazine
759.000 mensen
- Wonen Landelijke Stijl
136.000 mensen
- Vtwonen
476.000 mensen



Display advertenties

Deze banneradvertenties verschenen op de websites die onderdeel zijn van het netwerk van DPG Media, zoals nu.nl of volkskrant.nl. Deze advertenties richtten zich op onze doelgroep 'Bewuste pionier'. De banners toonden het diverse herfstaanbod van Apeldoorn en spoorde aan de landingspagina te bekijken





Retargeting

Een deel van de display campagne bestond uit retargeting. Mensen van buiten Apeldoorn die wel eens op uit.inapeldoorn.nl geweest waren, kregen gerichte advertenties te zien

Resultaten van de display



Bereik

Aantal mensen bereikt:
1.3 miljoen,
waarvan 80.000 met
retargeting



Website klikken

8.677 klikken naar
de landingspagina



Klikpercentage

0.64% voor de reguliere
display en 1.23% voor de
retargeting
Dit is een stuk hoger dan de
benchmark van 0.41%

Footfall

Deze campagne hebben we voor het eerst een test gedaan met een Footfall campagne: meten en analyseren hoeveel mensen na het zien van bepaalde advertenties een bezoek brengen aan Apeldoorn



Hoe werkt dit?

- Mensen zien een online advertentie op hun mobiele telefoon. De locatiegegevens van deze telefoon worden anoniem naar de advertentiepartner gestuurd
- Wanneer 1 van deze telefoons in de geofence (een afgebakend gebied) komt, wordt dit geregistreerd als bezoeker
- Deze data wordt geanalyseerd om het aantal bezoeken te bepalen en inzicht de bezoekers. Zo kunnen we bijvoorbeeld zien waar zij vandaan komen

Resultaten van de Footfall campagne



Weergaven

**De advertenties zijn
476.175 keer gezien**



Website klikken

**1.591 klikken naar
de landingspagina**



Klikpercentage

**0.33% van de mensen klikt
door naar de landingspagina
Dit is een stuk hoger dan de
benchmark van 0.20%**

Resultaten van de Footfall campagne

Bezoekers

Deze testcampagne toont aan dat er 1.413 mensen Apeldoorn bezocht hebben nadat zij een advertentie uit de Footfall campagne hebben gezien.

Zij komen voornamelijk uit de Randstad en uit Eindhoven



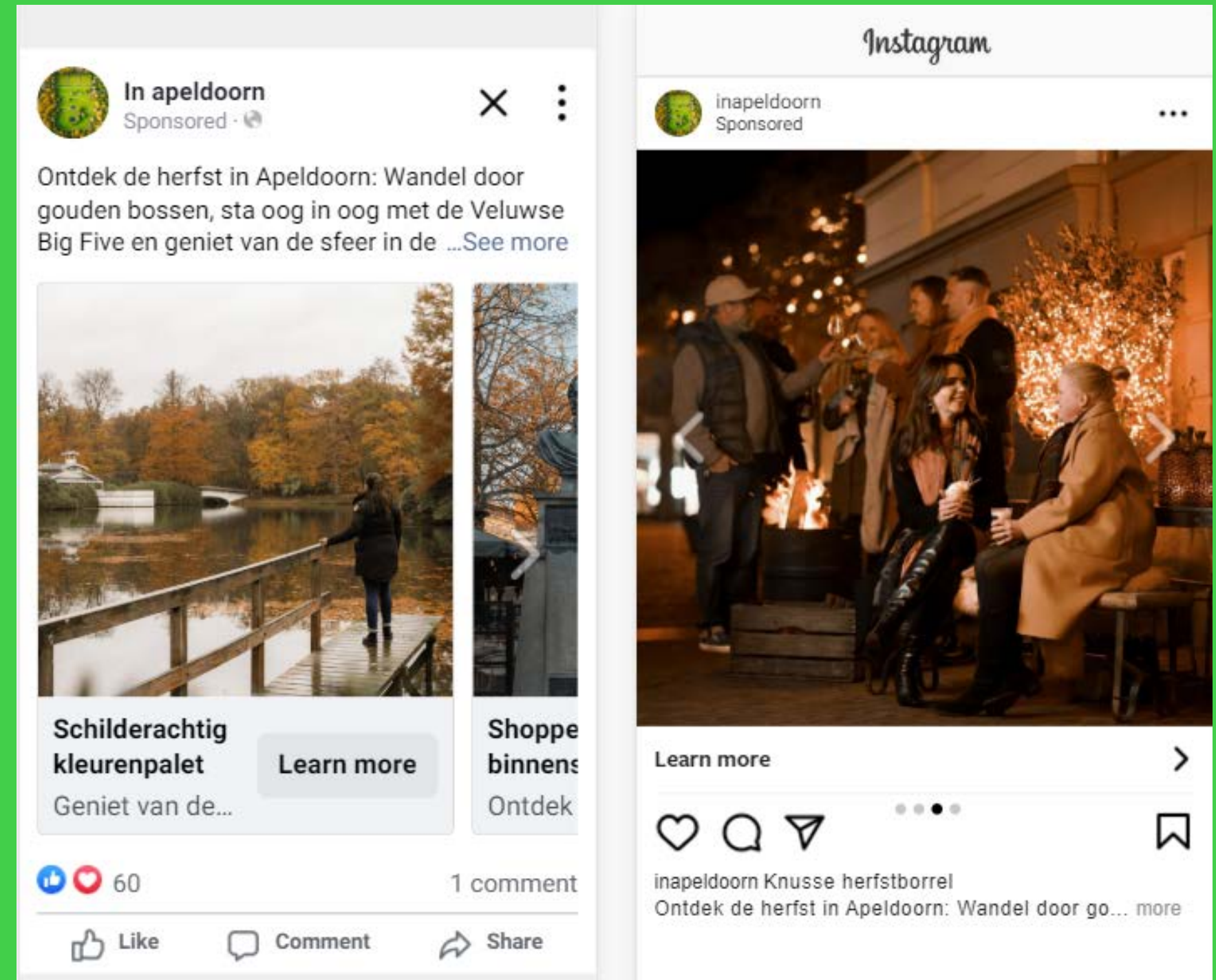


Online

Online

Facebook & Instagram

Gedurende de campagne adverteerden wij op sociale media met video's en afbeeldingen. Om voor maximale herkenbaarheid te zorgen is hetzelfde materiaal gebruikt als dat wat op de stations zichtbaar was en wat in andere advertenties is gebruikt



Facebook & Instagram

De advertenties op Facebook & Instagram zijn 544.336 keer gezien en hebben voor 9.909 klikken naar de landingspagina gezorgd



Zoekwoordadvertenties op Google om bovenaan resultaten te komen



Vertoningen

**44.255 mensen
hebben een
advertentie
gezien**



Klikken

**6.153 mensen
hebben
doorgeklikt
naar onze
website**



CTR

**13.90% van de
mensen die een
advertentie hebben
gezien, klikken door
naar onze website**



Conversies

**1414 doorklikken
naar website van
locatie of
organisator**

Online

Populairste zoekopdrachten

Apeldoorn

Wat te doen Apeldoorn

Overnachten Apeldoorn

uitje Apeldoorn

Hotel Veluwe

Winkels Apeldoorn

Veluwe herfstvakantie

Overnachten Veluwe

B&B Apeldoorn

Apeldoorn centrum

Apeldoorn herfstvakantie

A woman in a black jacket and blue jeans is walking on a path covered in fallen orange and yellow leaves in a forest. The trees have vibrant autumn foliage, and the ground is covered in a thick layer of fallen leaves. The scene is captured in a cinematic style with soft lighting.

Conclusie

Conclusie

Naamsbekendheid

Het hoofddoel van de campagne was naamsbekendheid.

In totaal zijn mensen 8.254.813 keer in contact gekomen met Apeldoorn en het stadsmerk



Conclusie

Landingspagina

De campagne richtte ook aandacht op het herfstaanbod van Apeldoorn. De landingspagina inapeldoorn.nl/herfst is 22.151 keer bekeken



Prestaties van uit.inapeldoorn.nl tijdens campagne



Bezoekers

**Totaal 67.018
websitebezoekers.
Stijging van 68%**



Klik naar locatie

**2.875 mensen klikken
door naar een locatie.
Stijging van 97%**



klik naar organisator

**4.847 mensen klikken
door naar een
evenementorganisator
Stijging van 13%**

**In het voorjaar van 2025
bouwen we verder aan de
naamsbekendheid van
Apeldoorn**



äpeldoorn

De groene & royale hoofdstad van de Veluwe