



Resultaten campagne
Dit is de kracht van Oer – najaar

marketing**drenthe**

Drenthe

Campagne ‘Dit is de kracht van Oer’

In de nazomer hebben we de campagne ‘Dit is de kracht van Oer’ opnieuw inzet. We richten ons weer op het Drentse landschap als de perfecte plek om te ontsnappen aan de drukte van alledag en de wereld even op pauze te zetten.

Net als in het voorjaar bestond de campagne uit een radiocommercial en verschillende online uitingen. Naar aanleiding van de effectmeting in het voorjaar, hebben we de online campagne op een paar kleine punten geoptimaliseerd. Vanwege de goede resultaten in het voorjaar hebben we verder geen wijzigingen doorgevoerd in de campagne.

Doelgroep:

Inzichtzoekers en Verbindingszoekers

Campagneperiode:

26 augustus t/m 15 september

The logo for 'Drentse' is written in a black, cursive script font. The word 'Drentse' is written in a fluid, handwritten style with a slight upward curve at the end.

Campagne resultaten – in het kort

Online campagne



5,3 miljoen bereik



94.000 klikken

Landelijke radio (Radio 1, 2, Skyradio, alle regionale radiozenders)



Nederland



3.470.000 bereik (16+)

Campagnepagina's drenthe.nl



Totaal: 81.951 keer bezocht

Per pagina:

- Ontdek Oerdrenthe: 69.429




- Micro-avonturen: 12.522




Top 3 herkomst:

Zuid-Holland, Noord-Holland, Drenthe



Uitingen campagne




 **Drenthe**
Gesponsord ·  

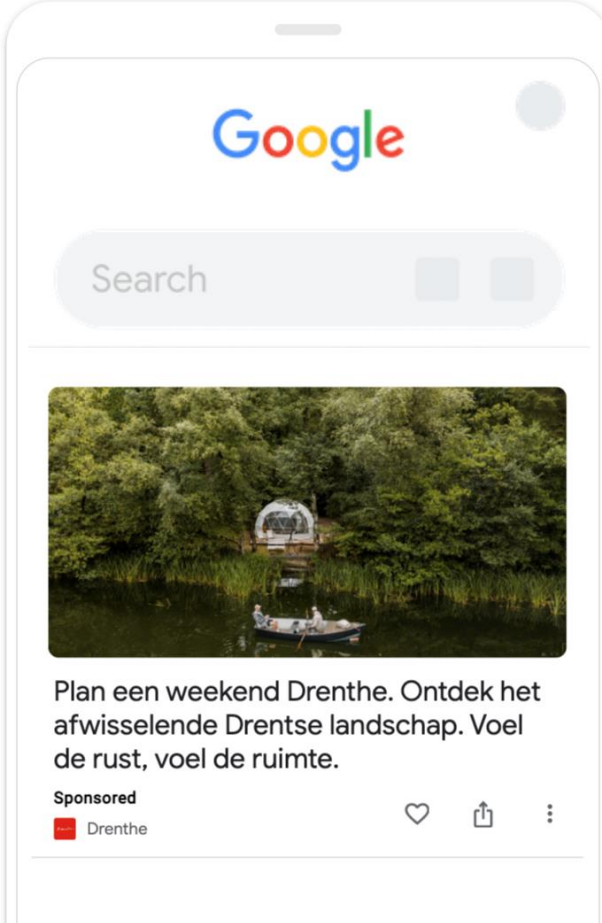
Ervaar de rust van het Drentse landschap en trek er samen op uit. Fiets of wandel door de afwisselende natuur en geniet 's avonds bij je accommodatie van de ondergaande zon.





drenthe.nl/oer
Kom naar Drenthe [Meer informatie](#)
Ontdek de kracht v...


  Jan Tu... 3 opmerkingen 11 keer gedeeld

 Vind ik leuk  Opmerking plaatsen  Delen







Google

Search  






Plan een weekend Drenthe. Ontdek het afwisselende Drentse landschap. Voel de rust, voel de ruimte.


Sponsored
 Drenthe   





Drenthe

Instagram

 oerdrenthe
Gesponsord 

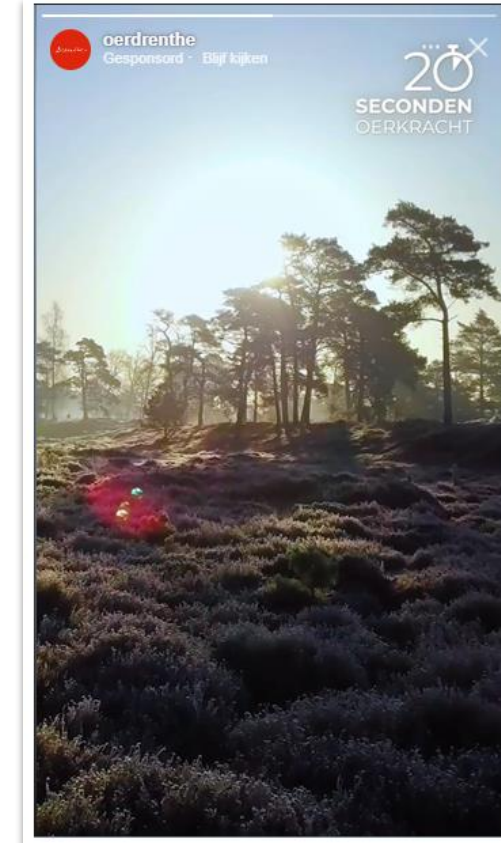
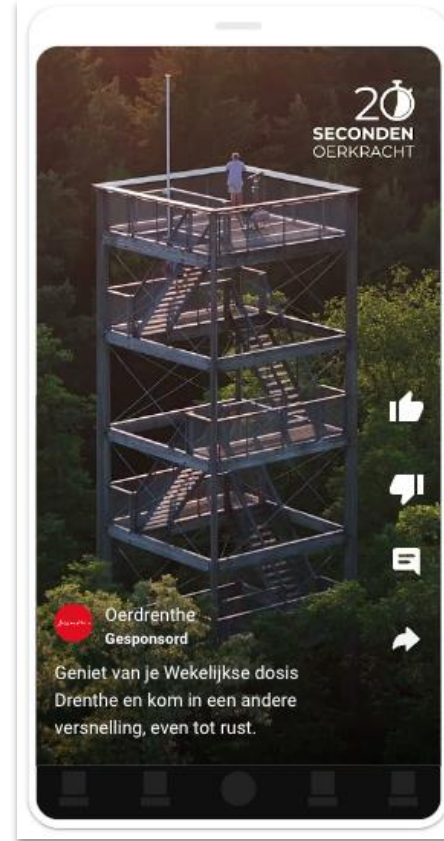
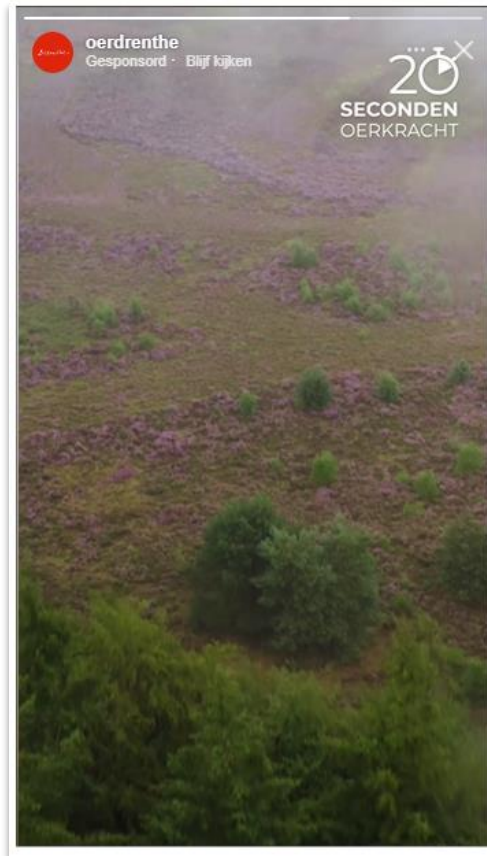


[Meer informatie](#) 

oerdrenthe Drenthe is de plek om te ontsnappen aan de drukte van alledag. Stap op de fiets, wandel door de natuur of een authentiek brinkdorp en komt tot rust in de Oerprovincie van Nederland.

Uitingen campagne



Bekijk één van de '20 seconden Oerkracht' video's

Drenthe

Uitingen campagne



Drenthe
Gesponsord · 🌐

Roos & Annabel van Travellust lieten de dagelijkse sleur achter zich en gingen op micro-avontuur in de Oerprovincie van Nederland. Bekijk hun belevissen en laat je inspireren.

Micro-avontuur in Drenthe
@Travellust_nl

drenthe.nl/microavontuur
Kom opladen in Drenthe

Meer informatie

Aftermovie micro-avontuur Travellust

Aftermovie micro-avontuur The Outdoors

Drenthe



oerdrenthe
Gesponsord

Micro-avontuur in Drenthe
@theoutdoors.nl

MEER INFORMATIE

Conclusie

Net als in het voorjaar heeft ook deze campagne boven verwachting goed gepresteerd. In bereik en bezoek aan de website laat deze campagne zelfs nog betere resultaten zien. We hebben miljoenen mensen bereikt met onze uitingen en er is veel bezoek aan de website gegenereerd.

Facebook blijft een belangrijk medium om in te zetten, maar de Google Ads op o.a. Youtube en Gmail leveren ook veel clicks naar de website op. Deze twee kanalen zorgen voor het meeste bezoek aan de website.

We hebben dezelfde radiocommercial ingezet als in het voorjaar. De commercial is weer enkel ingezet tijdens de spitsuren, op de momenten dat men druk is of haast heeft. Onze commercial bood een moment van rust en ontspanning. Ook tijdens deze campagne hebben we met de radiocommercial een groot publiek weten te bereiken op een relevant moment.

Drenthe

Effectmeting

Nederland

Naast het evalueren van de campagneresultaten, wordt na grote campagnes ook panelonderzoek ingezet. Hiermee meten we o.a. de effecten van de campagnes op de bezoekingentent, evalueren we de uitingen en kijken we of de uitingen bijdragen aan de positionering Drenthe, Oerprovincie van Nederland.

Belangrijkste uitkomsten effectmeting najaarscampagne 'Dit is de kracht van Oer'

Drenthe was tijdens de campagneperiode samen met Limburg en Zeeland het meest zichtbaar van alle provincies.

- 8% zegt (ongeholpen, zonder materiaal te zien) reclame van Drenthe te hebben gezien in de campagneperiode.
- De campagne heeft ruim 4,5 miljoen Nederlanders van 16 jaar of ouder bereikt.
 - 30% heeft de campagne gezien (na tonen materiaal): 10% zeker gezien - 20% waarschijnlijk gezien
 - Bereik ligt hoger onder plezierzoekers (38% vs. 28%), avontuurzoekers (34% vs. 29%) en jongeren <30 (39% vs. 28%)
- Drenthe staat top-of-mind op een 3e plek als binnenlandse vakantiebestemming (na Zeeland en Limburg en voor Gelderland).
- Als men de campagne zeker heeft gezien, wordt Drenthe vaker als eerste binnenlandse vakantiebestemming genoemd.
 - 15% vs. 12% bij de rest
- Ook de bezoekingentent lag significant hoger als men de campagne 'Dit is de kracht van Oer' heeft gezien:
 - (23% vs. 13%)

Campagne effecten

Totaal bereikt



Campagne is door 30% Nederlanders gezien of gehoord



4,5 miljoen Nederlanders (16+) bereikt

Bezoekintentie significant ligt hoger

(als campagne gezien)

van plan Drenthe te bezoeken komende 12 maanden

als campagne gezien

23%

<->

als campagne niet gezien

13%

Duidelijkheid afzender en boodschap*

83% vindt het duidelijk dat Drenthe de afzender is

83% vindt de boodschap duidelijk

Top-of-mind positie significant hoger (als campagne gezien)



3^e plek (12%) na Zeeland (21%) en Limburg (20%)

campagne gezien

15%

<->

campagne niet gezien

12%

Waardering commercial* (% (zeer) eens):

72% - de campagne past goed bij Drenthe

68% - de campagne bevat aansprekende beelden

65% - de campagne bevat aansprekende muziek/geluiden

51% - de campagne spreekt mij persoonlijk aan

43% - de campagne maakt mij nieuwsgierig

42% - de campagne is onderscheidend

39% - de campagne is voor mij persoonlijk relevant

38% - de campagne inspireert mij

Sterkte van call-to-action commercial*

43% - de commercial zet mij aan om Drenthe te bezoeken

30% - de commercial zet mij aan om de website te bezoeken

* Resultaten uit effectmeting voorjaar, waarin de campagnematerialen werden geëvalueerd

marketingdrenthe

Drenthe

Oerprovincie van Nederland