

LEISUREPARK CAMPAGNE

Uitgevoerd door Roosendaal Citymarketing



Roosendaal

Leisurepark campagne

Campagne



Doel

Leisurepark Roosendaal positioneren als een aantrekkelijke bestemming voor een dagje uit



Doelgroepen

Gezinnen met kinderen en (oudere) stellen in een straal van 50 km rondom Roosendaal



Looptijd

19 april t/m 31 mei 2024



Middelen

PR-activatie - influencermarketing - DPG Media - META - digitale borden



Samenwerkingen

Ondernemers Leisurepark Roosendaal, influencers Maartje van het kanaal OurLittlePhotoDiary en de Belgische blogger Elke van Sunkissed, persbureau Thx. Agency, expert op het gebied van de Belgische markt.

Algemene resultaten

	KPI	Behaalde resultaten
Totaal aantal impressies	1.197.000 - 1.475.000	1.430.000
Totaal aantal video views	Was geen primaire KPI	454.903
Totaal aantal clicks	7.735 - 8.735	17.965



Resultaten

Digitale borden

Op 6 digitale borden in de gemeente Roosendaal was er twee weken een uiting ter promotie van Leisurepark Roosendaal. Het aantal passanten per week wordt geschat op 745.000.

PR-activatie

Voorafgaand aan de campagne hebben zo'n 1000 journalisten, redacties en influencers uit Nederland en Vlaanderen (België) een persbericht en persboek ontvangen. Hierin zijn de verschillende activiteiten en ondernemers van het Leisurepark Roosendaal uitgelicht.

Het persbericht is gepubliceerd door AB magazine en door Manoeuvre en meerdere influencers hebben ons benaderd voor een toekomstige samenwerking. Hoeveel de PR-activatie daadwerkelijk oplevert is niet goed te meten. Bovenstaande magazines hebben het persbericht opgepakt binnen de looptijd van de campagne. De naamsbekendheid van Leisurepark Roosendaal en de bekendheid rondom de activiteiten heeft een veel grotere groep bereikt dat vooral op de lange termijn ook zijn vruchten kan afwerpen.

Influencermarketing

In het weekend van 13 en 14 april bezochten twee influencers Leisurepark Roosendaal. We hebben de Nederlandse influencer Maartje van OurLittlePhotoDiary en de Belgische blogger Elke van Sunkissed gekozen om de activiteiten in Leisurepark Roosendaal samen met hun gezin/familie te ervaren. De influencers creëerden hun eigen content door hun bezoek vast te leggen met foto's en video's. Deze content deelden zij vervolgens via hun social media kanalen.

Influencers

Maartje is de Roosendaalse maker achter het kanaal OurLittlePhotoDiary met 29.900 volgers*. Zij genoot met haar gezin twee dagen en een nacht van de activiteiten in Leisurepark Roosendaal. Haar kinderen zijn 7 en 10 jaar waardoor zij ook de uitdagendere activiteiten zoals indoor Skydive en lasergame konden uitproberen.

Sunkissed is het kanaal van de Belgische Elke en heeft 38.200 volgers* op Instagram en een eigen website www.sunkissed.be met tips, uitjes en activiteiten. Elke kwam naar het Leisurepark met haar twee jonge kinderen (1,5 en 5 jaar) en haar twee ouders. Op deze manier liet zij zien dat het Leisurepark Roosendaal een geschikte plek is voor de hele familie.

*bij de start van de campagne

Totaal influencers	
Bereik: 50.260 mensen	
Videoweergaven: 40.080	
Ourlittlephotodiary	Sunkissed
Publicaties: 7 stories, 2 posts	Publicaties: 1 stories, 1 post
Bereik: 36.350 mensen	Bereik: 13.910 mensen
Videoweergaven: 14.590	Videoweergaven: 25.490
Betrokkenheid: 177	Betrokkenheid: 153

DPG media

DPG media

DPG is de grootste mediagroep in Nederland en België die online dagelijks 1,6 miljoen Vlamingen en 10 miljoen Nederlanders bereikt. Het is dus een uitstekend platform om Leisurepark Roosendaal bij een grote groep onder de aandacht te brengen. We richten ons op de eerder genoemde doelgroep die woonachtig is binnen een straal van 50 km rond Roosendaal.

We kiezen met de seamless video ads voor een nieuwe vorm van adverteren. Deze videovertoningen gaan naadloos over in de omgeving waarin ze worden weergegeven. In de praktijk betekent dit dat onze video's worden getoond als advertenties in een nieuwsbericht van het Algemeen Dagblad of op Nu.nl om maar twee voorbeelden te noemen. We plaatsen hier video's van 15 seconden om de aandacht direct te grijpen en vast te houden.

De advertentie is gemaakt van videomateriaal dat is geschoten tijdens het bezoek van de influencers aan het Leisurepark Roosendaal. De Belgische Elke van Sunkissed figureert met haar familie dus ook voor onze video, naast dat zij haar eigen content maakt. [Bekijk de video hier.](#)

Resultaten Nederland

Weergaven: 467.965
Kijkers (%): 75%
Klikken website: 1739

Resultaten België

Weergaven: 382.529
Kijkers (%): 71%
Klikken website: 1233

Top websites

Nu.nl
Algemeen Dagblad
Eindhoven Dagblad
Brabants Dagblad
BN de Stem
HLN.be

Online

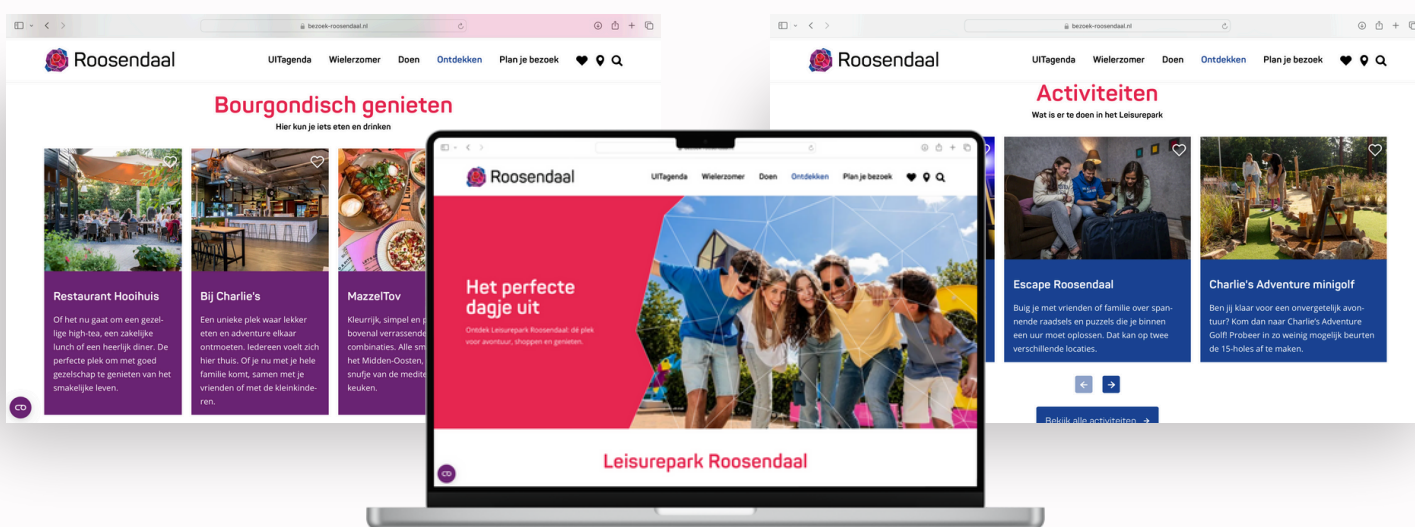
META

Gelijktijdig met de DPG video-advertentie, liep een campagne via META (Facebook en Instagram). Hiervoor is gekozen vanwege het versterkende effect. De meerdere 'contactpunten' met de doelgroep zorgt ervoor dat de boodschap beter blijft hangen. Voor deze videocampagne hebben we hetzelfde videomateriaal gebruikt (eerder geschoten met influencer Elke van Sunkissed). De video werd gemaakt in twee versies, één van 15 seconden en één van 30 seconden. Beide video's werden voor verschillende doeleinden ingezet. Zo was de 30-sec video gericht op bekendheid van de activiteiten in het Leisurepark terwijl de 15-sec video als doel had website bezoek te stimuleren. De campagne draaide 1 maand op de kanalen van Bezoek Roosendaal. [Bekijk de video hier](#).

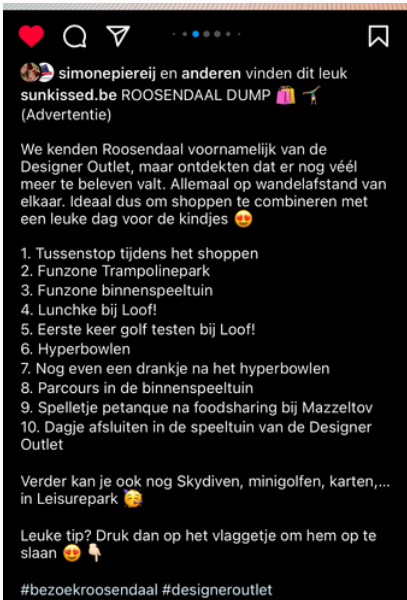
Resultaten Nederland	Resultaten België	Totaal
Weergaven: 256.265	Weergaven: 273.359	Weergaven: 529.624
Bereik 122.473 mensen	Bereik 105.515 mensen	Bereik 227.988 mensen
Klikken website: 7.007	Klikken website: 7.986	Klikken website: 14.993
CPC €0,14	CPC €0,13	CPC €0,14
CTR 5,06%	CTR 6,09%	CTR 5,58%

Landingspagina

Op de landingspagina www.bezoek-roosendaal.nl/ontdekken/leisurepark staan alle activiteiten die te doen zijn in het Leisurepark Roosendaal. Je vindt er tips – gericht op verschillende doelgroepen – in de vorm van blogs en de horecagelegenheden worden apart uitgelicht. Tijdens de campagne hebben we aangestuurd op kliks naar deze pagina die in totaal 17.965 keer is bezocht.



Influencer: Sunkissed



Digitale borden, persbericht en advertenties



Beleef het perfect dagje uit in Leisurpark Roosendaal

Geniet van een onvergetelijke dag vol plezier, actie en ontspanning bij Leisurpark Roosendaal. Zoek het avontuur op tijdens een potje karten en bij de indoor skydive, ontspan in het gloedhieuwe wellnessort en geniet in één van de vele restaurants. Leisurpark Roosendaal heeft alle ingrediënten voor het perfecte dagje uit. Deze hotspot is strategisch gelegen tussen Breda, Rotterdam en Antwerpen. Jaarlijks trekken meer dan twee miljoen bezoekers naar Designer Outlet Roosendaal, maar naast dit populaire shoppingcenter valt er nog veel meer te beleven in Leisurpark Roosendaal.

Plezier voor jong en oud in Playdome Roosendaal

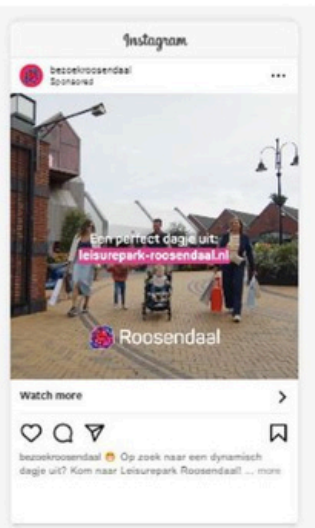
Playdome Roosendaal is een levendig indoorcentrum in Alpijse sferen. Hier zijn voor jong en oud tal van bekende spelletjes onder één dak te vinden, in een modern jasje gegoten. Kom hyperbowlen, shuffleboarden, playkarten, hokbijgolfen en lasergamen. Alle activiteiten kunnen naar hartenlust gecombineerd worden, al dan niet terwijl je geniet van een heerlijke borrelpark. Bij Playdome maak je mooie herinneringen met collega's, vrienden en familie.



Ervaar de ultieme adrenaliniek bij Indoor Skydive

Bereid je voor op een onvergetelijk vliezavontuur. Bij Indoor Skydive Roosendaal kunnen

Feed:



Story:



MEER INFORMATIE?

info@roosendaalcitymarketing.nl
0165- 511224