

WE ZIEN U GRAAG IN ROOSENDAAL



Doel

Roosendaal als aantrekkelijke bestemming voor een dagje uit tijdens de Belgische feestdagen (OLV Hemelvaart en Moederdag). Het online doel was de video's aan een zo groot mogelijke groep te tonen.



Doelgroep(en)

Belgische bezoekers van Essen tot Antwerpen Zuid. De geschatte doelgroep ligt tussen de 600.000 – 700.000



Looptijd

07 augustus 2024 t/m 18 augustus 2024



Kanalen

META - Facebook en Instagram



Samenwerkingen

Collectief Roosendaal, Winkel van Roosendaal, Designer Outlet Roosendaal

Resultaten



759.974

Het totaal bereik van de campagne



236.360

Het aantal unieke weergaven van de campagne



304.781

Onafgebroken videoweergaven

Conclusie

De campagne 'We zien u graag in Roosendaal' heeft **zeer positief** uitgekapt. We hebben twee video's onder de aandacht gebracht: een video gericht op winkelen en horeca (binnenstad) en één gericht op de activiteiten in Leisurepark Roosendaal. Beide hebben bovengemiddeld gepresteerd op het gebied van betrokkenheid en conversie.

Daarnaast heeft de campagne gezorgd voor aandacht van BN de Stem dat een artikel schreef over de actie met de titel: **Roosendaalse binnenstad 'overstroomd' door Belgen: 'Ge hoeft niet ver weg om het goed te hebben, hè'**



WE ZIEN U GRAAG IN ROSENDAAL

Campagnemateriaal



Publiciteit

