

**DRONTEN
GEEFT JE DE
RUIIMTE**



2023
**RESULTATEN JAARPLAN
DRONTEN MARKETING**

RAPPORTAGE 1.1

Inleiding

Het jaar 2023 was een tijd van groei en verbeteringen voor Dronten Marketing, waarin we ons hebben gericht op het versterken van onze kernactiviteiten. Het was een jaar waarin we niet alleen onze doelgroepgerichte content verbeterden, maar ook onze beeldbank uitbreidden en de technische aspecten van onze website optimaliseerden.

Veel inspanning is gegaan naar de verbetering van vulling, weergave en zichtbaarheid van de Uit Agenda. Promotie lag veelal nog bij huidige inwoners. We hebben nieuwe samenwerkingen en partnerschappen gesmeed en bestaande verder uitgebouwd, waardoor onze impact en bereik zijn vergroot. Bovendien hebben we een dynamisch netwerkevenement op papier uitgewerkt klaar staan, wat we in 2024 op een passend moment kunnen lanceren.

Bovenal hebben we ons gericht op de toekomst, door een meerjarige strategie te ontwikkelen die onze positie op lange termijn versterkt.

Deze inhoudelijke rapportage biedt een gedetailleerd overzicht van de resultaten en prestaties die we hebben behaald in het kader van de gestelde doelstellingen. Met een focus op het leveren van waarde aan zowel onze inwoners als ondernemers, hebben we getracht onze activiteiten te optimaliseren en onze impact te vergroten.

Voor een financiële rapportage verwijzen we naar de Jaarrekening 2023.

Stichting Dronten Marketing

BRANDING

	Activiteiten	Doelgroep intern/extern	Resultaat/KPI	Gerealiseerd	Doorlopend in 2024
Content-ontwikkeling	- Domein- en thema specifieke storylines - Consistentie in het online plaatsen van nieuwe / actuele content - Uitbreiding fotografie t.b.v. eigen online activiteiten en die van ondernemers in onze regio - Korte video animaties t.b.v. campagnemateriaal	- Stakeholders - Ambassadeurs (Potentiële) inwoners, bezoekers en ondernemers	- Gerichte toepassing en promotie domein specifieke storylines 2 thema specifieke storylines (<i>bijvoorbeeld t.b.v. Windjaar, Dutch Waterweek etc.</i>). - Content kalender website en sociale media - Actualiseren bestaande en productie nieuwe content 20 eigen promotiebeelden (domein gericht en algemeen) - Minimaal 3 animaties o.b.v. bestaand en nieuw beeldmateriaal	Gerichte toepassing en promotie domein specifieke storylines - Domein Vrije Tijd had meeste zichtbaarheid d.m.v. online optimalisatie en actieve promotie Vrije Tijd pagina's en de verbeterde Uit Agenda - Domein Wonen: opstart fase richting storyline. Diverse contacten met Margot van Staveren, Rogier van der Laan en Jeanet Tijsma. Verkennend gesprek met Jeanet Tijsma en Provincie Flevoland t.a.v. Identiteitsversterkend bouwen. Deelname aan: Toekomstvisie 2050 en Woonsymposium Flevoland. - Domein Ondernemen: opstart fase samenwerking, diverse contacten Martje Daling. Thema Specifieke Storyline - Mountainbike routes Flevoland, promotie Mountainbike route Roggebotzand. Contentkalender - Contentstrategie en kalender in ontwikkeling in lijn met meerjarenstrategie o.b.v. hygiene, hub en hero, waarbij we nog werken aan de basis; het fundament 'hygiene'. - Contentkalender V1 2024 staat live - Voorbereidingen blog- en nieuwsmodule op website. - Signaal aan afdeling Communicatie van gemeente voor delen en afstemming online content. Actualiseren bestaande en productie nieuwe content - Focus heeft gelegen op actualiseren alle (niet meer zichtbare) content van domein Vrije Tijd (in navigatie: Ontspannen) - Nieuwe content veelal campagne gericht. Promotiebeelden 60 eigen beelden (kleinschalige samenwerkingen met fotografen uit Dronten, t.b.v. Domein Vrije Tijd, Uit Agenda, zomer- en wintercampagne en Polder Pink campagne i.s.m. Samen Actief) Animatie / video 1 x animatie Evenementenstad Dronten nominatie	- Verdere samenwerkingen ten aanzien van domeinen Vrije Tijd, Wonen en Ondernemen met alle betrokken partijen. - Actualiseren bestaande content domeinen Wonen en Ondernemen - Inzet video en animaties.

BRANDING

	Activiteiten	Doelgroep intern/extern	Resultaat/KPI	Gerealiseerd	Doorlopend 2024
Toolkit	Beeldbank en stimulering gebruik	- Stakeholders I ondernemers - Ambassadeurs	- Beeldbank met min. 20 rechtenvrije promotiebeelden conform richtlijnen (algemeen en per domein) - Campagne gericht op ondernemers en organisaties waarin o.a. de toolkit en het gebruik hiervan centraal staat	60 eigen beelden (kleinschalige samenwerkingen met fotografen uit Dronten, t.b.v. Domein Vrije Tijd, Uit Agenda, zomer- en wintercampagne en Polder Pink campagne i.s.m. Samen Actief) - Campagne concept ondernemers uitgewerkt en gereed: - Insteek promotie en samenwerking Uit Agenda. Nog niet live; timing en status website domein Ondernemen staat nog niet voldoende strak om juiste effecten te behalen.	Campagne ondernemers gaat live in 2024, waarvoor samenwerking gemeente en domein Ondernemen op website moeten worden geoptimaliseerd.
Online platform	- Consistentie en uniformiteit in content creatie- en redactie - SEO optimalisatie - Analyse bezoekersgedrag - Verbeteren online performance (User Experience) - Beheer en onderhoud - Uitbreiden partnerships (bredere inzet platform)	- Contentpartners - Huidige en potentiële inwoners, bezoekers en ondernemers	- Content kalender t.b.v. website & Sociale Media kanalen - Organisch zoekverkeer: + 15% - Aantal klikken op externe links: + 30% - Aantal pagina weergave op de bedrijfsprofielen: + 20% - Installatie en rapportages d.m.v. Hotjar (<i>bezoekersgedrag analyse</i>) 2 nieuwe partnerships platform	- Contentstrategie en kalender in ontwikkeling in lijn met meerjarenstrategie o.b.v. hygiene, hub en hero, waarbij we nog werken aan de basis; het fundamenteel 'hygiene'. Contentkalender V1 2024 is gereed. - Doorlopende SEO optimalisatie waarbij o.a. in Q4 de site health (een metric in SEMRush die de gezondheid van een website meet) is verhoogd van 74% naar 90%. Organisch zoekverkeer: - In 2023 t.o.v. 2022 zien we een stijging van 5.500 sessies / + 16,9%. Clicks externe links: - Verloop per kwartaal = Q1 -5%, Q2 + 5%, Q3 + 4,6% en Q4 + 27,6%. Nog geen 30% gehaald, stijgende lijn geeft perspectief. Pagina weergaven bedrijfsprofielen: + 4%. Sessies zijn met 500 gestegen, aantal bedrijfsvermeldingen is niet gestegen en ligt in het verlengde van dit punt. Aandachtspunt is 2024 hoe hier mee om te gaan. - Hotjar geïnstalleerd, eerste kleine bevindingen rondom campagnes. Partnerships platform: <u>Theater de Meerpaal</u>: koppeling met Uit Agenda is gereed en door ons opgeleverd. Wachten is op invulling Meerpaal. <u>Afdeling APV, afdeling evenementen gemeente Dronten</u>: levert input voor vergunning- en meldingsplichtige events. Beheer en ontwikkeling online platform: nieuwe ondersteuning gevonden in zzp-er Eline Verhoef.	- Technisch beheer en optimalisatie is een doorlopende activiteit. - Streven is om in 2024 de partnerships met Meerpaal en gemeente Dronten nader uit te diepen en aan te scherpen waar nodig.

BRANDING

	Activiteiten	Doelgroep intern/extern	Resultaat/KPI	Gerealiseerd	Niet gerealiseerd/ doorloop
Online platform	- Consistentie en uniformiteit in content creatie- en redactie - SEO optimalisatie - Analyse bezoekersgedrag - Verbeteren online performance (User Experience) - Beheer en onderhoud - Uitbreiden partnerships (bredere inzet platform)	- Contentpartners - Huidige en potentiële inwoners, bezoekers en ondernemers	<u>Uit Agenda op platform:</u> - Online mogelijkheid aanmelden event t.b.v. Uit Agenda (ipv e-mail) + 15 % meer activiteiten in Uit Agenda + 25% aantal paginaweergave Uit Agenda	- Plaatsingsvoorwaarden Uit Agenda - Redesign Uit Agenda weergaven detail en overview pagina's - Online aanmeldformulier evenementen staat live en wordt gebruikt. - Stijging activiteiten ruimschoots gehaald, mede door aanlevering evenementenkalender vanuit gemeente en door directe aanmeldingen online. Percentage blijkt lastig te duiden, schatting ca. +25%. + 32,6 % aantal paginaweergave, stijging van 1.300 sessies.	
Social media (Facebook, Instagram, YouTube)	- Consistentie en uniformiteit in content creatie- en redactie - Social Media strategie - Social Media I Content kalender - Start campagne/data analyse voor vergroten engagement per campagne <i>Alle activiteiten zijn tbv (door)ontwikkeling in de herkenning & het consistent uitdragen verhaal Dronten geeft je de ruimte</i>	- Contentpartners - Huidige en potentiële inwoners, bezoekers en ondernemers	+ 20% meer posts (<i>niet campagne gerelateerd</i>) - Toevoegen van (video) reels 2.100 volgers Facebook (<i>eind 2022: 1.776</i>) 1.000 volgers Instagram (<i>eind 2022: 774 volgers</i>) 50 abonnees YouTube (<i>eind 2021: 7 abonnees</i>) - Engagement wordt per campagne bepaald	- In mei '23 start wekelijkse weekend tips ter promotie Uit Agenda en domein Vrije Tijd - Video: 1 x Evenementenstad nominatie - Facebook: 2.136 volgers - Instagram: 975 volgers - Engagement per campagne; opvallend meer interacties bij de campagnes.	- Video's /reels > opgenomen contentplanning per april '24 - Geen nieuwe YouTube abonnees. Verkennen Reels, Tiktok, video opties staat op (social media)agenda 2024.

	Activiteiten	Doelgroep intern/extern	Resultaat/KPI	Gerealiseerd	Doorlopend in 2024
Online campagne/ Influencer marketing	- Online campagnes (incl. social media) ter ondersteuning van uitdragen verhaal Dronten geeft je de ruimte, acties en thema's - Influencer marketing (reservering)	Huidige en potentiële inwoners, bezoekers en ondernemers	Gericht op genereren bereik en versterking positieve beeldvorming. Nader te bepalen KPI's per campagne.	Bereik: 1. Wensen campagne (in 2023 winnaars selectie en persbericht): 164.096 impressies 2. Polder Pink in de etalage: 17.174 bereik / 111.315 impressies 3. Dronten Evenementenstad nominatie: 59.424 bereik / 118.965 impressies 4. Oostrand Dronten Ontdektocht: veelvuldig opgenomen in Weekend Tips en Zomercampagne. 5. Deel je geluk, vertel 't met tulpen: 14.568 bereik / 77.491 impressies 6. Polderfest: 6.422 bereik / 21.737 impressies 7. Zomer campagne Uit Agenda: 21.650 + 13.715 bereik / 111.481 + 96.170 impressies 8. Wintercampagne Uit Agenda: 26.949 bereik / 146.678 impressies 9. Polder Pink en Samen Actief: 14.071 bereik / 113.977 impressies	
Merkversterking via evenementen/ activiteiten	- Marketingacties evenementen/ activiteiten ten behoeve van versterken bekendheid en imago - Bestaande samenwerkingen versterken en inspanningen tbv nieuwe samenwerkingen	- Evenementen- en activiteitenorganisaties - Huidige en potentiële inwoners, bezoekers en ondernemers	- Minimaal 5 samenwerkingen & marketingacties passend bij merk Dronten, met substantieel bereik en draagvlak - Minimaal 2 nieuwe samenwerkingen	<u>1. Tulpenroute Flevoland - zie losse sheet met data</u> - Tulpenactie inwoners: 'Deel je Geluk, vertel 't met tulpen (7-23 april) actiepagina, persbericht, SM campagne. https://www.drontenmarketing.nl/campagnes/deel-je-geluk-campagne-2023-2/ - Polder Pink in de etalage (14 - 24 maart), eerste exemplaren op vaas op diverse zichtlocaties middels een doorkijkje. Actiepagina, persbericht, radio interview Omroep Flevoland, SM campagne. https://www.drontenmarketing.nl/campagnes/polder-pink-campagne-2023/ - Polder Pink kleurt Dronten Roze (28 september - 27 oktober), in samenwerking met Samen Actief en OFW (2 x nieuwe samenwerking). Actiepagina, persbericht, SM campagne, uitgifte dag Ontmoetingspark Buiten. https://www.drontenmarketing.nl/campagnes/polderpink-bollen-campagne-2023/ <u>2. Oostrand ondernemers Dronten I fietsroutes en nieuwe Ontdektocht: vergroten traffic in gebied</u> - Met 21 ondernemers Oostrand fietsroute promotie en nieuwe Ontdektocht met prijsvraag ontwikkelt - Ontwerp fysieke flyer, promotie in de regio + QR code naar landingspagina op DGJDR - Meerdere landingspagina's en routes t.b.v Oostrand ondernemers op platform DGJDR - Social media advies + route meermaals opgenomen in onze social media uitingen. <u>3. Polderfest I festival voor jongeren met kwalitatieve line up</u> 'DGJDR presenteert Festival terrein Polderfest' - DGJDR in externe uitingen Polderfest (oa persbericht) - Win actie 10 x 2 tickets DGJDR x Polderfest	

	Activiteiten	Doelgroep intern/extern	Resultaat/KPI	Gerealiseerd	Doorlopend in 2024
Merkversterking via evenementen/ activiteiten	- Marketingacties evenementen/ activiteiten ten behoeve van versterken bekendheid en imago - Bestaande samenwerkingen versterken en inspanningen tbv nieuwe samenwerkingen	- Evenementen- en activiteitenorganisaties - Huidige en potentiële inwoners, bezoekers en ondernemers	- Minimaal 5 samenwerkingen & marketingacties passend bij merk Dronten, met substantieel bereik en draagvlak - Minimaal 2 nieuwe samenwerkingen	4. Taptoe mei 2023 - Logo DGJDR opgenomen in online uitingen, posters en persbericht 5. Mud Masters sport evenement jong & oud (zie losse sheet) - DGJDR presenteert Mud Master Parcours '23, zichtbaar op MM terrein op alle plattegronden van parcours, in nieuwsbrief aan deelnemers en in meerdere Social Media uitingen - Hergebruik verhaal samenwerking met thema 'ruimte' en samenwerking Dronten Marketing x Mud Masters Biddinghuizen op website en nieuwsbrief - 2 nieuwe samenwerkingen: Samen Actief en OFW - Verkennende samenwerkingen: Stichting Does, Kerstloop Dronten, Q-Dance.	
Cross-marketing met (regio) partners	Inkoop marketingexposure via lokale en regionale marketingprojecten ten behoeve van versterken bekendheid en imago	- Lokale en regionale marketingpartners - Huidige en potentiële inwoners, bezoekers en ondernemers	Deelname 1-2 marketing-project(en) (Bijvoorbeeld: windjaar, Dutch waterweek, route ontwikkeling, MTB route, Flevoland branding)	- Advertenties DGJDR: Magazine 'Meer' Gastvrije Randmeren, Recreatiekrant Flevoland. - MTB Route Flevoland i.s.m Sportservice Flevoland, waarbij we de MTB-Route in Roggebotbos middels nieuwe (video) content op ons platform hebben geactualiseerd en op de socials hebben gepromoot. - Verkennd gesprek wielervereniging voor promotie Wielersport in ons gebied 2024.	Wielersport wordt een item over gemaakt wat we in voorjaar 2024 promoten.
Organisatie	- Ontwikkeling strategie langere termijn van de stichting (Door)ontwikkeling website DGJDR en drontenmarketing.nl (Door)ontwikkeling huisstijl en toepassingen hiervan - Versterking bekendheid & draagvlak van onze stichting	- Stakeholders - Ambassadeurs - Ondernemers - Inwoners	- Meerjarenplan en agenda Dronten Marketing vanaf 2024 - Infographic / animatie resultaten - Kleinschalig onderzoek imago en trots - Realisatie van project pagina's t..b.v. weergave van onze activiteiten - Doelgroep gerichte promotie ter versterking bekendheid en draagvlak	- Aangescherpte marketing communicatie strategie Dronten Marketing, met hierin advies positionering, logo en pay-off toepassing en visuele vormgeving waarbij toekomstvisie 2050 en de 7 Drontense Principes zijn meegenomen. - Concept vragenlijst voor Flevopanel t.b.v. merkstrategie (nul-meting). - Campagne/project pagina op drontenmarketing.nl - Deelname Toekomstvisie 2025 Ateliers, Brede Werkgroep Kansenkaart. - Diverse gesprekken Stichting Does en centrummanager Leo Hoksbergen.	Alle activiteiten lopen door in 2024.

SAMENWERKEN

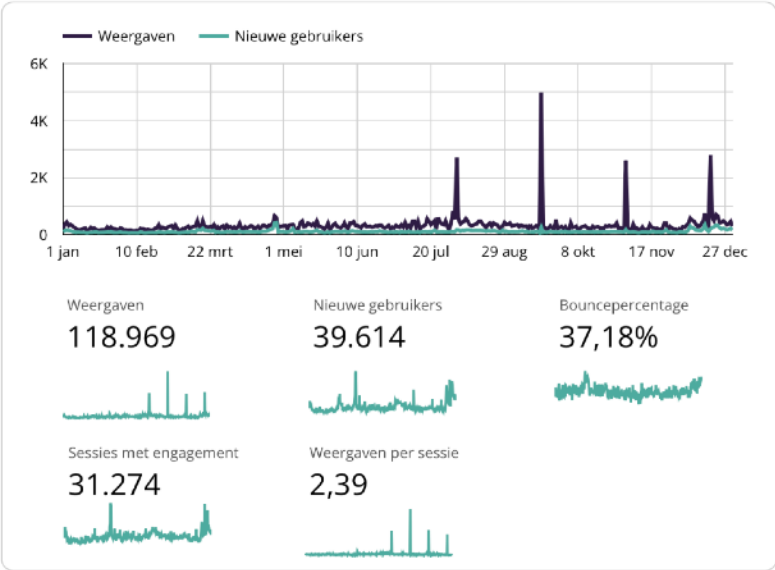
	Activiteiten	Doelgroep intern/extern	Resultaat/KPI	Gerealiseerd	Doorlopend
Netwerkvorming (informatie & kennis, ambassadeurschap)	- Inventarisatie en doelstellingen mogelijke partners - Social Media (LinkedIn) - Netwerkbijeenkomsten/ marketingtafels/workshops - Activatie toolkit bij ondernemers/ Ambassadeurs-netwerk	- Ondernemers, stakeholders, samenwerkingspartners, etc. - Ambassadeurs	350 volgers LinkedIn (eind 2022: 238 volgers) + 10% extra unieke bezoekers vanuit LinkedIn op website 1 netwerkbijeenkomst 15-20 nieuwe ambassadeurs	- Diverse contacten met Leon Visser van Provincie Flevoland, afdeling recreatie en toerisme. - LinkedIn: 290 volgers - Programma en concept event voor Dronten Marketing volledig uitgewerkt > besloten niet juiste moment voor eigen event en dit later te doen en te combineren met aangescherpte strategie of ander event. - Ambassadeurs: 22 nieuwe initiatiefnemers voor Samen Actief die Dronten Marketing een warm hart toedragen. - Handel & Wandel Interview, marketing coordinator Josje aan het woord.	Verwachting is dat als we ons inhoudelijk meer op domein Ondernemen gaan richten we hierin LinkedIn meer gaan inzetten.
Partnerships regio	Uitbouw strategische samenwerking Flevoland, Randmeren en regio Zwolle	Marketingorganisaties (Visit Flevoland/brandteam gebiedsbranding Flevoland, Visit Veluwe, MarketingOost)		<i>Onderdeel Brandteam Flevoland, waarin we samen bouwen aan het uitdragen van verhaal van Flevoland</i> - Diverse contacten met Leon Visser van Provincie Flevoland, afdeling recreatie en toerisme. - Verbinden ten aanzien van initiatief Boerenroute (werkgroep Fairtrade en Duurzaamheid Dronten) - Deelname aan Ontwerpcafé Fietsafstappunten	Focus 2023 lag op zaken dichterbij onszelf. In 2024 lopen deze contacten en projecten door en kunnen we het net voor ophalen.

FACILITEREN & STIMULEREN

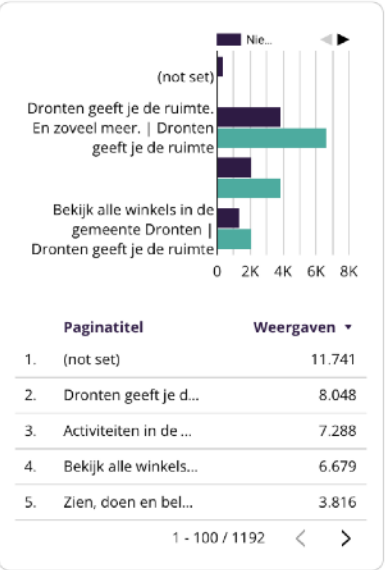
Activiteiten	Doelgroep Intern/extern	Resultaat/KPI	Gerealiseerd	Doorlopend
Afstemming themagerichte marketing - Ondersteuning werkgroep(vorming) op de gebieden wonen, bezoekers en ondernemen - Ondersteuning planvorming marketingactiviteiten - Aansturing uitvoering themagerichte marketing-activiteiten (indien wenselijk)	Betrokkenen/stakeholders thema's wonen, vrije tijd en ondernemen	ondersteuning ontwikkeling planvorming en marketingactiviteiten wonen, vrije tijd en ondernemen	- Onderdeel Brede Werkgroep Kansenkaart Suydersee - Deelname Symposium Identiteitsversterkend bouwen Flevoland en afdeling Wonen gemeente Dronten	- Uitvoeringsprogramma en begroting Kansenkaart Stadshart volgt in 2024. Rol Dronten Marketing concreet maken. - Samen met afdeling Wonen gemeente Dronten inhoudelijk vervolg geven aan Identiteitsversterkend Bouwen in Dronten.
Faciliteren themagerichte marketing - Beschikbaar stellen content - Themagerichte contentcreatie online platform (basis) - Persbewerking	- Betrokkenen/stakeholders thema's wonen, vrije tijd en ondernemen - Huidige en potentiële inwoners, bezoekers en ondernemers		- Samenwerking ondernemers Oostrand Dronten, beschikbaar stellen visueel uitgewerkt fiets- en ontdekroutes. - Contacten onderhouden met pers, Flevopost, DeDrontenaar, Handel&Wandel, Stentor en OmroepFlevoland. - Realisatie/plaatsing: 7 persberichten	
Stimulering themagerichte marketing - Ondersteunen themagerichte samenwerkingen die bijdragen aan marketing en promotie van Dronten en/of trots op Dronten - Verbinden en versterken van bestaande evenementen en organisaties	- Lokale en regionale marketingpartners - Huidige en potentiële inwoners, bezoekers en ondernemers	Minimaal 3 samenwerkingen passend bij merk Dronten, met substantieel bereik en draagvlak	- Tulpenroute Flevoland - Oostrand Dronten - Walibi	

Online data 2023

Gedrag



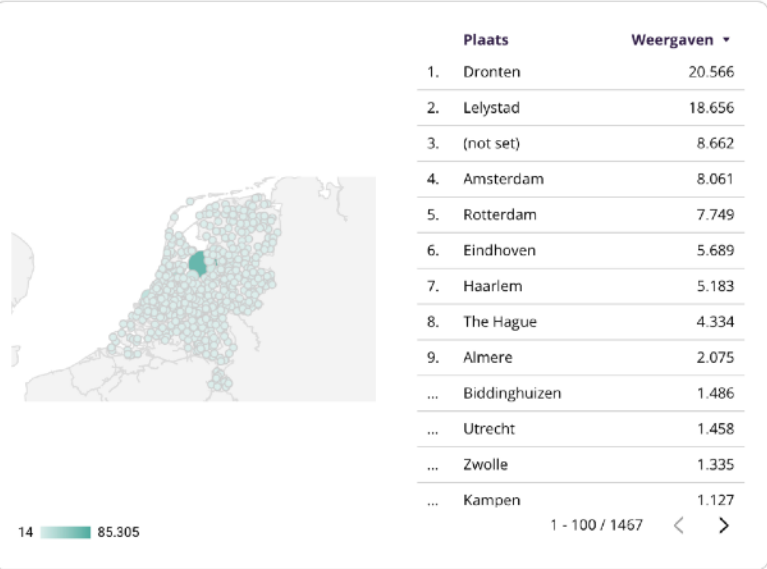
Populaire content



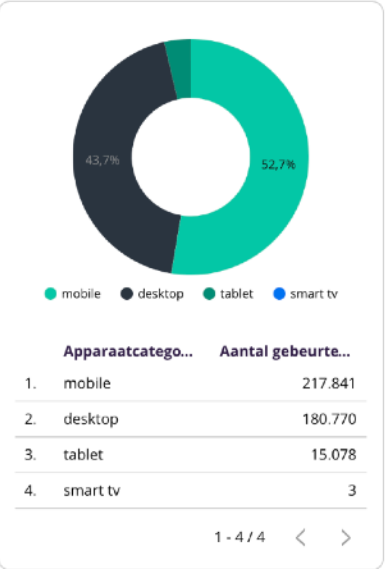
Performance



Geografie

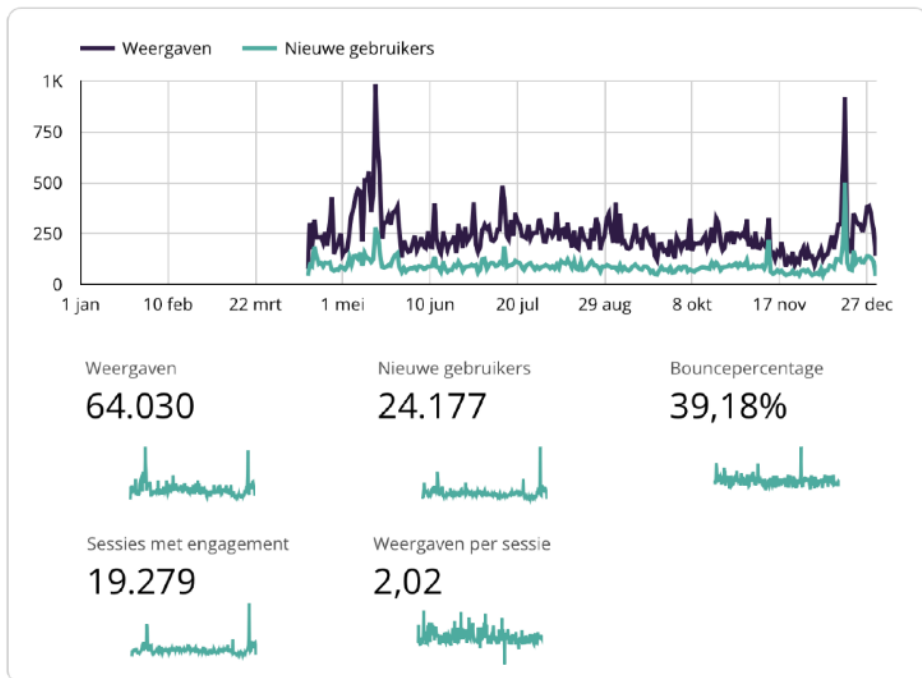


Apparaten



Online cijfers

Gedrag



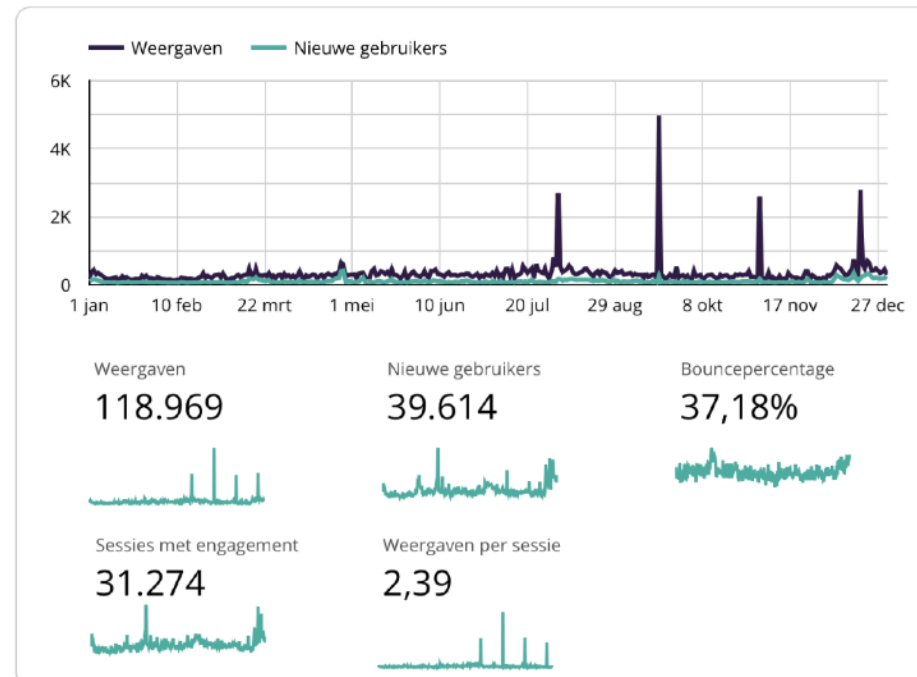
2022

Drontengeeftjederuimte.nl
Webstatistieken

Land

Platform

Gedrag

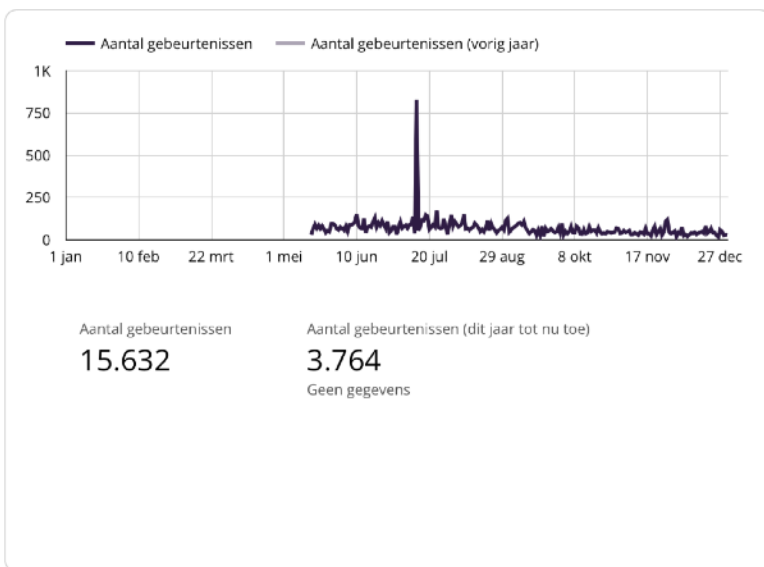


2023

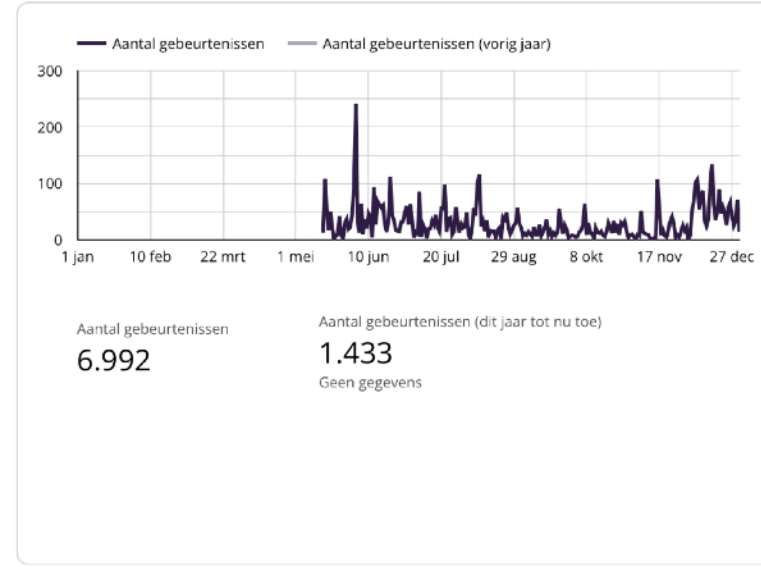
Onderbouwing

online doelen

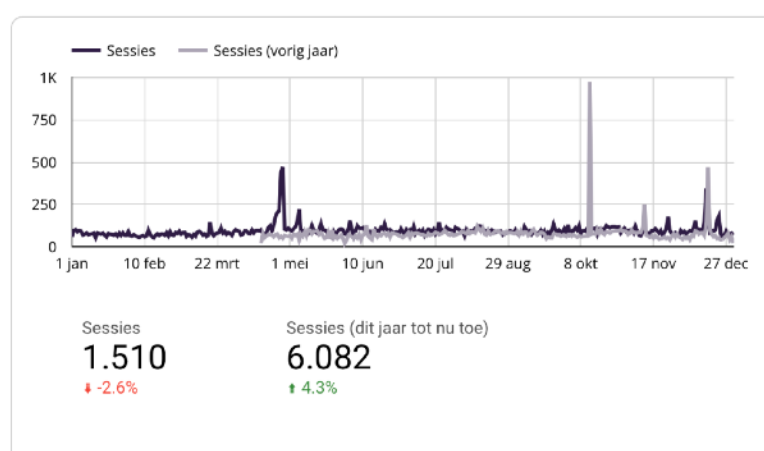
Weergaves bedrijfsprofielen



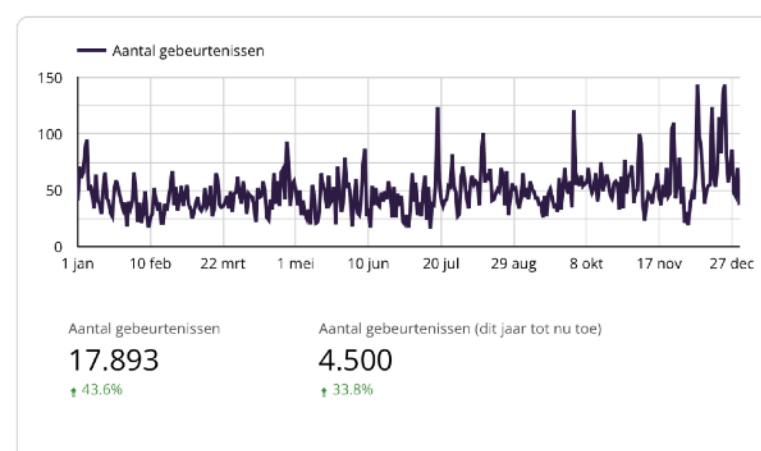
Paginaweergaven uit agenda



Organisch zoekverkeer



Klikken op externe links



Drontengeeftjederuimte.nl
Social Ads // Alle campagnes

1 jan 2023 - 31 dec 2023

Resultaten vanuit Facebook

Link clicks

12.550

Clicks (all)

36.101

Impressions

895.744

Bereik

118.168

Amount spent

€ 4.247,78

CPC (link)

€ 0,34

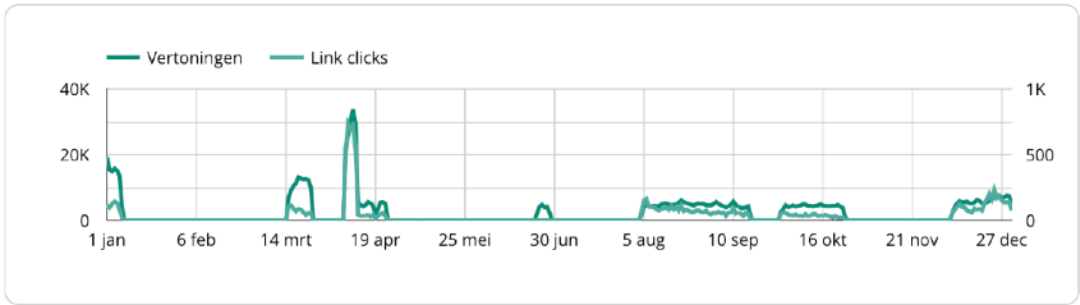
CTR (link click-through rate)

1,40%

Page engagements

79.078

Verloop verkeer & clicks



Resultaten per campagne

	Campaign name	Amount spent ▾	Link clicks	Reach	Impressions
1.	DGJDR // GDronten // Polder Pink in de etalage 2023	€ 850,00	770	17.174	111.315
2.	DGJDR // Dronten evenementenstad	€ 600,00	3.002	59.424	118.965
3.	DGJDR // GDronten // Vertel het met tulpen	€ 500,00	675	14.568	77.491
4.	DGJDR // Polder Pink bollen campagne 2023	€ 419,67	1.009	14.071	113.977
5.	DGJDR // Instant experience // Fietsroutes	€ 325,00	2.067	21.650	111.481
	Totaal	€ 4.247,78	12.550	118.168	895.744

Onderbouwing

Resultaten per advertentie

	Ad name	Amount spent ▼	Link clicks	Reach	Impressions
1.	DGJDR // Polderpink in de etalage	€ 850,00	770	17.174	111.315
2.	DGJDR // Dronten evenementenstad	€ 600,00	3.002	59.424	118.965
3.	DGJDR // Vertel het met tulpen	€ 500,00	675	14.568	77.491
4.	Instant experience // Theater en muziek	€ 325,00	1.246	17.093	80.133
5.	Instant experience // Fietsroutes	€ 303,77	1.986	21.206	104.981
6.	DGJDR // Polderpink bollen campagne // Carrousel	€ 279,64	667	12.707	82.833
7.	DGJDR // Walibi campagne	€ 194,73	196	25.992	30.849
8.	Instant Experience // Voor Kids // Ontdektocht Oostrand	€ 183,08	751	9.829	56.426
9.	DGJDR // Polderfest campagne 2023	€ 150,00	3	6.422	21.737
10.	Instant experience // Voor kids	€ 141,92	545	7.928	39.744
11.	Instant experience // In de kerstvakantie	€ 138,77	366	7.872	24.734
	Totaal	€ 4.247,78	12.550	118.168	895.744

Resultaten vanuit Facebook

Link clicks
770

Clicks (all)
1.728

Impressions
111.315

Bereik
17.174

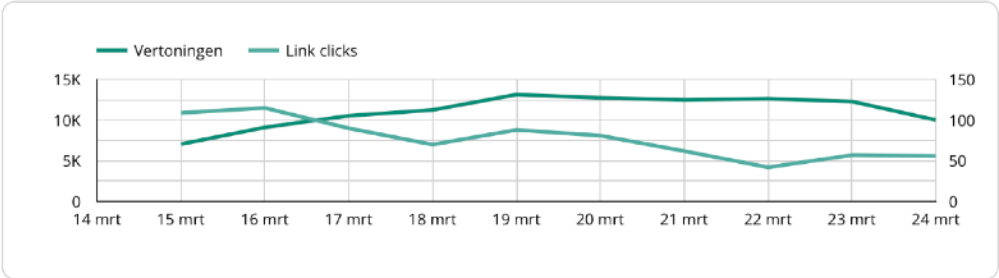
Amount spent
€ 850,00

CPC (link)
€ 1,10

CTR (link click-through rate)
0,69%

Post engagements
947

Verloop verkeer & clicks



Resultaten per advertentie

Ad name	Amount spent	Link clicks	Reach	Impressions
1. DGJDR // Polderpink in de etalage	€ 850,00	770	17.174	111.315
Totaal	€ 850,00	770	17.174	111.315

Polder Pink campagne verkeer op de website

Bron/medium	Sessies	Bouncepercent...	Pagina's/sessie	Gem. sessieduur
lm.facebook.co...	296	88,18%	1,15	00:00:20
m.facebook.com...	226	88,94%	1,08	00:00:14
l.facebook.com /...	61	85,25%	1,13	00:00:40

1 - 6 / 6

Waar komt het verkeer vandaan?

Age	Clicks (all)	Link clicks	CPC (link)
18-24	51	16	€ 1,44
25-34	157	48	€ 1,53
35-44	211	78	€ 1,06

1 - 6 / 6

Resultaten vanuit Facebook

Link clicks

675

Clicks (all)

1.756

Impressions

77.491

Bereik

14.568

Amount spent

€ 500,00

CPC (link)

€ 0,74

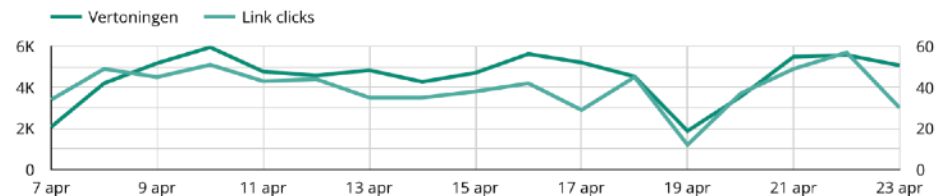
CTR (link click-through rate)

0,87%

Post engagements

771

Verloop verkeer & clicks



Resultaten per advertentie

	Ad name	Amount spent ▾	Link clicks	Reach	Impressions
1.	DGjDR // Vertel het met tulpen	€ 500,00	675	14.568	77.491
	Totaal	€ 500,00	675	14.568	77.491

Dronten evenementenstad verkeer op de website

Bron/medium	Sessies ▼	Bouncepercent...	Pagina's/sessie	Sessieduur
l.facebook.com /...	113	70,8%	1,58	03:38:38
m.facebook.com...	102	76,47%	1,35	02:44:17
lm.facebook.co...	72	81,94%	1,38	01:07:09

1 - 4 / 4 < >

Waar komt het verkeer vandaan?

Age ^	Clicks (all)	Link clicks	CPC (link)
18-24	29	21	€ 0,8
25-34	104	52	€ 0,87
35-44	217	98	€ 0,7

1 - 6 / 6 < >

Resultaten vanuit Facebook

Link clicks

3.002

Clicks (all)

7.036

Impressions

118.965

Bereik

59.424

Amount spent

€ 600,00

CPC (link)

€ 0,20

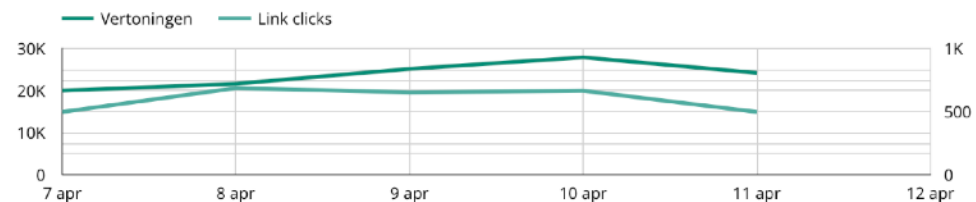
CTR (link click-through rate)

2,52%

Post engagements

9.258

Verloop verkeer & clicks



Resultaten per advertentie

	Ad name	Amount spent ▾	Link clicks	Reach	Impressions
1.	DGJDR // Dronten evenementenstad	€ 600,00	3.002	59.424	118.965
	Totaal	€ 600,00	3.002	59.424	118.965

Dronten evenementenstad verkeer op de website

Bron/medium	Sessies ▼	Bouncepercent...	Pagina's/ses...	Sessieduur
l.facebook.com / ...	1,220	98,11%	1,02	00:11:25
m.facebook.com ...	394	97,72%	1,02	00:07:40
lm.facebook.com...	34	94,12%	1,21	00:03:45

1 - 4 / 4 < >

Waar komt het verkeer vandaan?

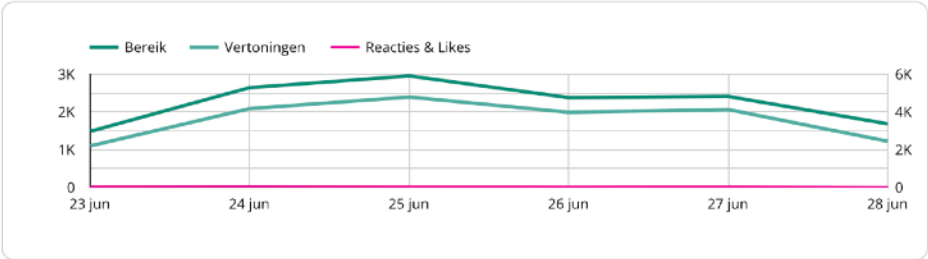
Age ^	Clicks (all)	Link clicks	CPC (link)
18-24	262	118	€ 0,16
25-34	1.424	511	€ 0,19
35-44	1.360	505	€ 0,19

1 - 6 / 6 < >

Resultaten vanuit Facebook

Impressions 0	Bereik 6.422
Amount spent € 150,00	CPC (link) € 50,00
CTR (link click-through rate) 0,01%	Post engagements 116

Verloop verkeer & clicks



Resultaten per advertentie

Ad name	Amount spent	Link clicks	Reach	Impressions
1. DGJDR // Polderfest campagne 2023	€ 150,00	3	6.422	21.737
Totaal	€ 150,00	3	6.422	21.737

Waar komt het verkeer vandaan?

Age	Clicks (all)	Link clicks	CPC (link)
18-24	63	1	€ 58,91
25-34	204	1	€ 82,89
35-44	15	1	€ 8,2

1 - 3 / 3

Resultaten vanuit Facebook

Link clicks

2.067

Clicks (all)

5.459

Impressions

111.481

Bereik

21.650

Amount spent

€ 325,00

CPC (link)

€ 0,16

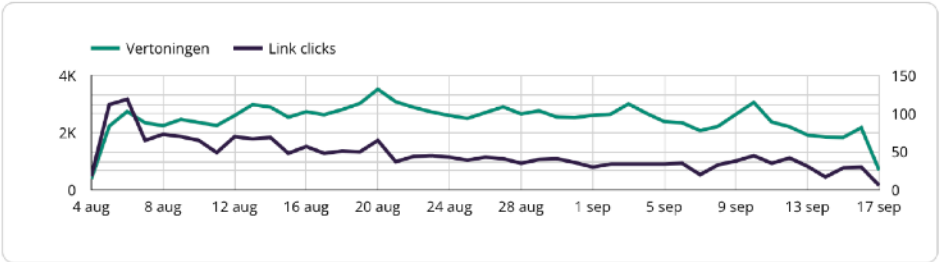
CTR (link click-through rate)

1,85%

Post engagements

28.169

Verloop verkeer & clicks



Resultaten per advertentie

	Ad name	Amount spent	Link clicks	Reach	Impressions
1.	Instant experience // Fietsroutes	€ 303,77	1.986	21.206	104.981
2.	Instant experience // Fietsroutes // Winkelcentrum...	€ 21,23	81	2.743	6.500
	Totaal	€ 325,00	2.067	21.650	111.481

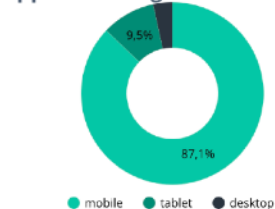
Campagne verkeer op de website

Landingspagina	Sessies	Bouncepercentage
/ontspannen/doen/fietsen	108	10,19%
/ontspannen/doen/wandelen	103	11,65%
/routes-overzicht/3495448506/rondje-veluwemeer	74	32,43%
/routes-overzicht/2808053548/beverroute-dronten	51	49,02%
/routes-overzicht/1198337567/polderoute-dronten	27	37,04%
/routes-overzicht/896538121/polderpionierroute	11	36,36%
/routes-overzicht/1045835414/klimaatbosroute-dronten	6	50%
/routes-overzicht/2716913922/cultuurhistorische-route-de-abbert	6	50%
/ontspannen/doen/dagje-uit	5	40%
/routes-overzicht/322979072/riff-route	1	100%

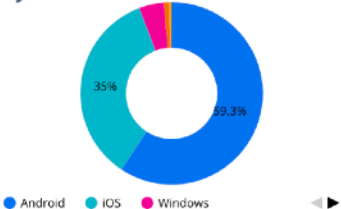
Waar komt het verkeer vandaan?

Age	Clicks (all)	Link clicks	CPC (link)
18-24	50	15	€ 0,23
25-34	353	111	€ 0,18
35-44	573	157	€ 0,17
45-54	954	317	€ 0,15
55-64	1.425	490	€ 0,16
65+	2.104	977	€ 0,15

Apparaatcategorie



Systeem van bezoekers



Resultaten vanuit Facebook

Link clicks
1.296

Clicks (all)
3.726

Impressions
96.170

Bereik
13.715

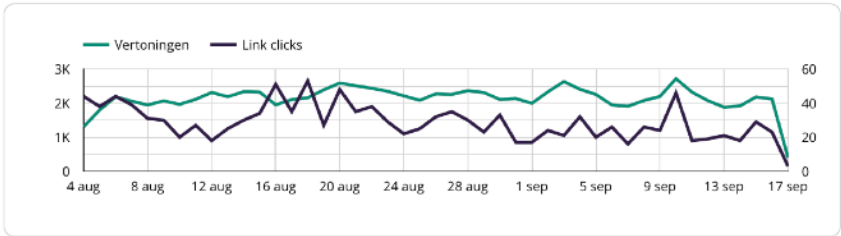
Amount spent
€ 325,00

CPC (link)
€ 0,25

CTR (link click-through rate)
1,35%

Post engagements
1.436

Verloop verkeer & clicks



Resultaten per advertentie

	Ad name	Amount spent	Link clicks	Reach	Impressions
1.	Instant Experience // Voor Kids // Ontdektocht Oos...	€ 183,08	751	9.829	56.426
2.	Instant experience // Voor kids	€ 141,92	545	7.928	39.744
	Totaal	€ 325,00	1.296	13.715	96.170

Campagne verkeer op de website

Landingspagina

Sessies

Bouncepercentage

/ontspannen/tips/oostrand-van-dronten	588	55,27%
/ontspannen/ontdekken/voor-kids	297	24,58%

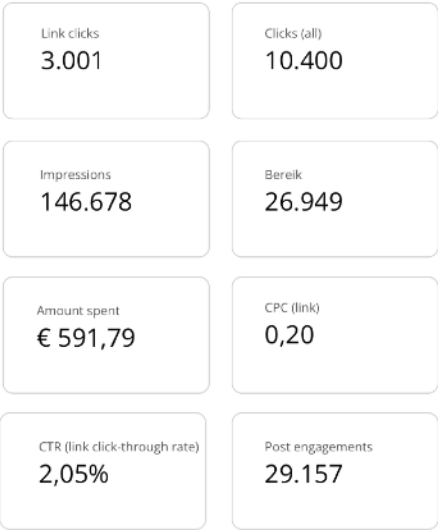
Apparaatcategorie

Bron/medium van bezoekers

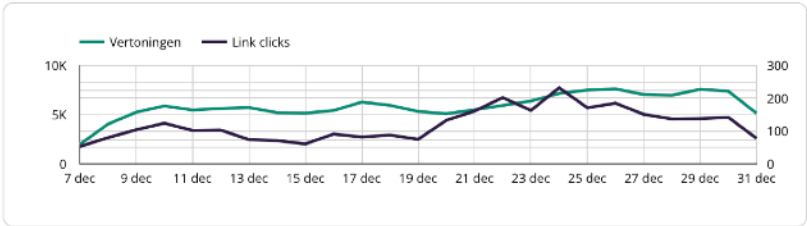
Waar komt het verkeer vandaan?

Age	Clicks (all)	Link clicks	CPC (link)
18-24	13	3	€ 0,5
25-34	269	74	€ 0,31
35-44	757	195	€ 0,27
45-54	482	139	€ 0,24
55-64	771	239	€ 0,29
65+	1.434	646	€ 0,22

Resultaten vanuit Facebook



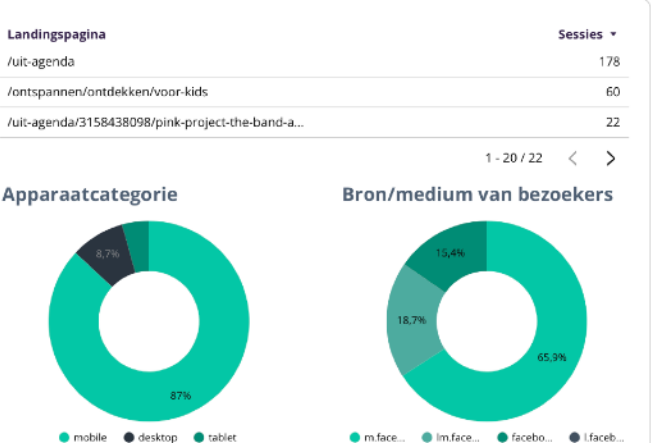
Verloop verkeer & clicks



Resultaten per advertentie

Ad name	Amount spent	Link clicks	Reach	Impressions
1. Instant experience // Theater en muziek	€ 325,00	1.246	17.093	80.133
2. Instant experience // In de kerstvakantie	€ 138,77	366	7.872	24.734
3. Instant experience // Walibi Bright Nights	€ 128,02	1.389	12.171	41.811
Totaal	€ 591,79	3.001	26.949	146.678

Campagne verkeer op de website



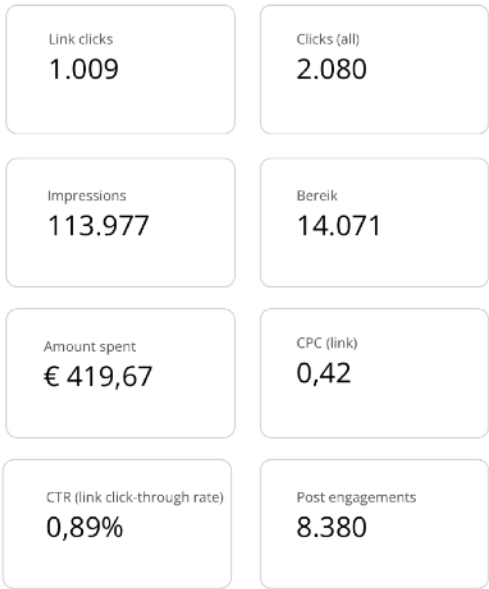
Waar komt het verkeer vandaan?

Age	Clicks (all)	Link clicks	CPC (link)
18-24	144	36	€ 0,18
25-34	1.021	285	€ 0,14
35-44	2.051	572	€ 0,15
45-54	2.067	523	€ 0,18
55-64	2.341	630	€ 0,22
65+	2.776	955	€ 0,24

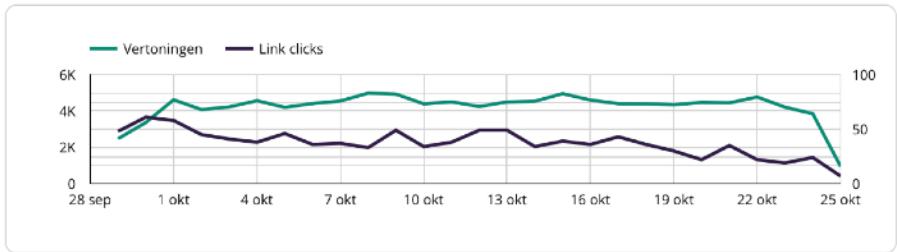
Samenvatting aanmeldingen/ en nieuwe initiatieven Samen Actief:

- Voor Dronten zijn dat 14 bestaande locaties + 17 nieuwe locaties.
- Biddinghuizen 6 bestaande locaties + 3 nieuwe buurten
- Swifterbant in 6 bestaande locaties + 2 nieuw buurten.

Resultaten vanuit Facebook



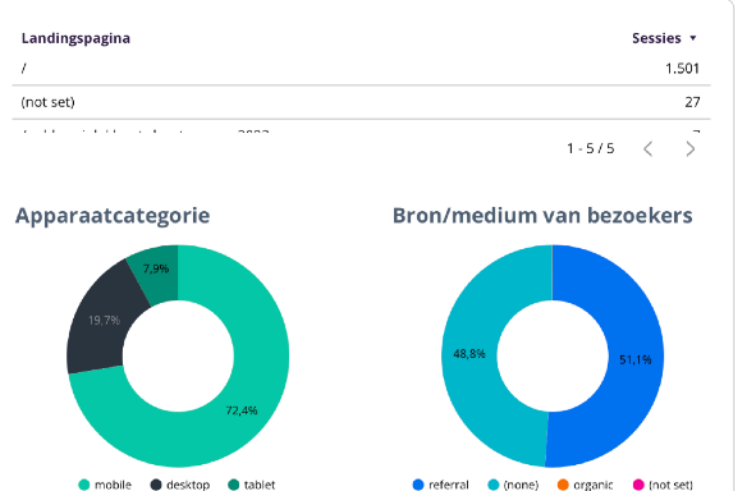
Verloop verkeer & clicks



Resultaten per advertentie

	Ad name	Amount spent	Link clicks	Reach	Impressions
1.	DGJDR // Polderpink bollen campagne // Carrousel	€ 279,64	667	12.707	82.833
2.	DGJDR // Polder Pink campagne // Video story	€ 93,62	238	5.535	20.893
3.	DGJDR // Polder Pink campagne // Video story II	€ 46,41	104	3.718	10.251
	Totaal	€ 419,67	1.009	14.071	113.977

Campagne verkeer op de website



Waar komt het verkeer vandaan?

Age	Clicks (all)	Link clicks	CPC (link)
18-24	44	31	€ 0,56
25-34	200	111	€ 0,48
35-44	341	162	€ 0,39
45-54	419	184	€ 0,39
55-64	502	229	€ 0,4
65+	574	292	€ 0,42

1 - 6 / 6