

# RESULTATEN HERFSTCAMPAGNE '25



VISIT  
MECHELEN



# 2 DOELGROEPEN - 2 CAMPAGNES

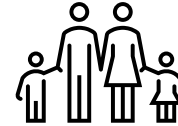


## Doelgroep

Meerwaardezoekers

## Campagne

Bougondische  
Renaissance



## Doelgroep

Gezinnen met jonge kinderen (6-12)

## Campagne:

Mechelen met kinderen: 8x doen met  
het hele gezin



**CAMPAGNE  
BOURGONDISCHE  
RENAISSANCE**

**VISIT**   
**MECHELEN** 

# OVERVIEW DOELGROEP MEERWAARDEZOEKERS

- **Doel:** Potentiële bezoekers inspireren voor een meerdaags bezoek.
- **Doelgroep:** De campagne richt zich op meerwaardezoekers (+35 jaar) die zich tijdens een citytrip graag onderdompelen in kunst, cultuur en erfgoed.
- **Insteek:** Mechelen kende in de 15e en 16e eeuw een bloeiperiode als hoofdstad van de Bourgondische Nederlanden. In de campagne zetten we het uitgebreide belevingsaanbod rond de Bourgondische Renaissance in de kijker. Een gelijkaardige campagne lanceerden we voor het eerst in 2024. We nemen de successen en lessen uit de voorgaande editie mee in een campagne
- **Looptijd:**
  - Nederland: 8 september - 17 oktober 2025
  - Duitsland: 18 augustus – 6 oktober 2025
- **Doelmarkt:**
  - Nederland (Zuid-Holland, Noord-Brabant, Gelderland, Utrecht en Nederlands Limburg)
  - Duitsland (Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz)
- **Kanalen:** Meta (Instagram en Facebook), website Visit Mechelen

# CAMPAGNEMATERIAAL

## VIDEOADVERTENTIES

Doel = awareness



The screenshot shows a Facebook post from 'Visit Mechelen' (Gesponsord). The text of the post reads: 'Waarom de Belgische stad Mechelen in de jaren 1500 een magneet was voor bestuurders, kunstenaars, filosofen en ...Meer weergeven'. Below the text is a video player showing a woman in a white headscarf. The video player has a play button, a progress bar at 0:00 / 0:54, and a volume icon. Below the video player, there are 8 reactions (likes, love, wow, sad) and 12 comments. At the bottom, there are icons for 'Vind ik leuk', 'Opmerking plaatsen', and 'Delen'.

### CONCEPT

Aangezien de video van Margareta die tot leven komt vorig jaar zeer goede resultaten behaalde, hebben we hem opnieuw ingezet. De langere versie presteerde daarbij zelfs beter dan de opgeknipte korte video.



# CAMPAGNEMATERIAAL

## BEELDADVERTENTIES

Doel = doorklikken landingspagina

**Visit Mechelen**  
Gesponsord · 🌐

Klim jij mee naar het hoogste punt van de Belgische stad Mechelen? 🏰 De Sint-Romboutstoren is een niet ...Meer weergeven



visit.mechelen.be  
**Op citytrip naar Vlaanderen** [Meer informatie](#)

👍❤️👍 6... 30 opmerkingen 3 keer gedeeld

👍 Vind ik leuk 🗨️ Opmerking plaatsen ➦ Delen

**Visit Mechelen**  
Gesponsord · 🌐

Trakteer jezelf op een onvergetelijke overnachting. 🏰 In de Vlaamse stad Mechelen slaap je in het oude ...Meer weergeven



visit.mechelen.be  
**Overnachten in Vlaanderen** [Meer informatie](#)

👍❤️👍 2... 22 opmerkingen 4 keer gedeeld

👍 Vind ik leuk 🗨️ Opmerking plaatsen ➦ Delen

**Visit Mechelen**  
Gesponsord · 🌐

Wat als je kon luistervinken in 1473? 🏰 Dat ontdek je in de Vlaamse stad Mechelen. Hier vang je tijdens een ...Meer weergeven



visit.mechelen.be  
**Op citytrip naar Vlaanderen** [Meer informatie](#)

👍❤️👍 272 2 opmerkingen

👍 Vind ik leuk 🗨️ Opmerking plaatsen ➦ Delen

**Visit Mechelen**  
Gesponsord · 🌐

Wat dacht je van een citytrip naar de Belgische stad Mechelen? Overnachten in een kerk, brouwerij of een oud ...Meer weergeven



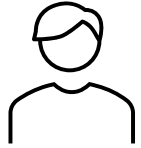
**Een verborge...** [Meer informatie](#) **Een sta met eer** [Boek je](#)

👍❤️👍 152 4 opmerkingen 3 keer gedeeld

👍 Vind ik leuk 🗨️ Opmerking plaatsen ➦ Delen

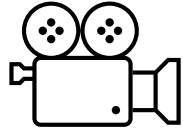
# RESULTATEN SOCIAL MEDIA ADVERTENTIES

TOTAAL VOOR NEDERLAND (8 september - 17 oktober 2025) EN DUITSLAND (18 augustus - 6 oktober 2025)



**1.180.455**

Bereikte  
personen



**259.725**

Thruplays



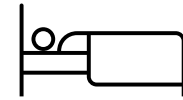
**24.819**

link klikken



**5520**

Website  
bezoeken



**846**

Kliks naar  
logies

ADVERTENTIE-EFFICIËNTIE	Awareness ads	Conversie ads		
	CPT COST PER THRUPLAY	CTR CLICK THROUGH RATE	CPC COST PER CLICK	CPV COST PER WEBSITE VISIT
Nederland	€ 0,02	1,68 %	€ 0,16	€ 0,65
Duitsland	€ 0,01	1,52 %	€ 0,13	€ 0,62

Zelfs met de herhaling van dezelfde campagne bleven we sterke resultaten behalen, al was er een lichte daling ten opzichte van vorig jaar. Voor volgend jaar is het belangrijk om opnieuw in te zetten op nieuw campagnemateriaal.

# CAMPAGNE GEZINNEN

VISIT   
MECHELEN 



## OVERVIEW DOELGROEP GEZINNEN

- **Doel:** gezinnen met kinderen informeren over het gezinsvriendelijke aanbod van Mechelen én inspireren tot een meerdaags bezoek (= minstens één overnachting in Mechelen)
- **Doelgroep:** de campagne richt zich op ouders (30+) van gezinnen met schoolgaande kinderen (lagere school)
- **Insteek:** Mechelen met kinderen: 8x doen met het hele gezin
- **Looptijd:**
  - Vlaanderen: 6 oktober – 31 oktober 2025
  - Nederland: 6 oktober – 26 oktober 2025
- **Doelmarkt:**
  - Vlaanderen (excl. straal van 20 km rond Mechelen)
  - Nederland (Zuid-Holland, Noord-Brabant, Gelderland, Utrecht en Limburg)
- **Kanalen:** Instagram, website Visit Mechelen

# CAMPAGNEMATERIAAL

## VIDEOADVERTENTIES

Doel = awareness



### CONCEPT

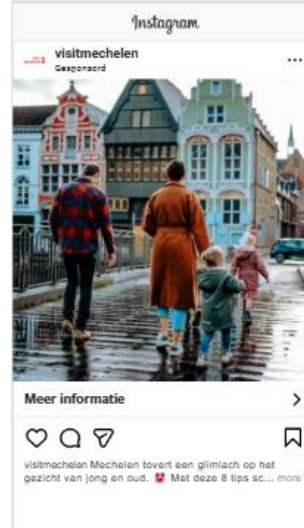
Herneming van het voorjaar.  
twee korte video's (15 sec) waarin een bezoeker vloeiend door verschillende Mechelse locaties beweegt, met de nadruk op cultuur gecombineerd met ontspanning en natuur.

Wanneer mensen minsten 75% van de video uitkeken, kregen ze ook de beeldadvertenties te zien (zie volgende slide)

# CAMPAGNEMATERIAAL

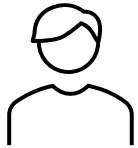
## BEELDADVERTENTIES

Doel = doorklikken landingspagina



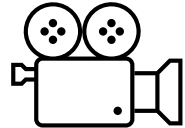
We hernamen de best scorende beeldadvertenties uit de lentecampagne, aangevuld met sterke herfstbeelden. Deze maakten we op in een vierkant feed- en een langwerpig stories formaat.

# RESULTATEN SOCIAL MEDIA ADVERTENTIES



**340k**

Bereikte  
personen



**45.169**

Thruplays



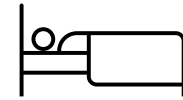
**9328**

link klikken



**5737**

Website  
bezoeken



**729**

Kliks naar  
logies

ADVERTENTIE-EFFICIËNTIE	Awareness ads		Conversie ads	
	CPT COST PER THRUPLAY	CTR CLICK THROUGH RATE	CPC COST PER CLICK	CPV COST PER WEBSITE VISIT
Nederland	€ 0,05	1,73 %	€ 0,29	€ 0,41
Vlaanderen	€ 0,06	1,34 %	€ 0,26	€ 0,41

De kost per klik lag dankzij de optimalisaties lager dan in het voorjaar. Hoewel we deze keer geen advertentie met een logies hebben ingezet (die scoorde de vorige keer niet goed), is de conversie naar logies toch verdubbeld. Dat komt omdat we logies een veel prominentere plaats hebben gegeven op de landingspagina.

