



RESULTATEN WINTERCAMPAGNE '25



VISIT
MECHELEN



OVERVIEW

- **Doel:** Potentiële bezoekers inspireren voor een meerdaags bezoek
- **Doelgroep:** De campagne richt zich op sociale genieter (+25 jaar) met interesses in reizen, shoppen, en restaurants
- **Insteek:** Betaalde Facebook- en Instagramcampagne om Mechelen te promoten naar de Nederlandse en Vlaamse als gezellige weekendbestemming voor ontspannen kerstshopping.
- **Boodschap:** Plan je wintertrip naar Mechelen
- **Looptijd:**
 - 5 november t.e.m. 7 december
 - week pauze van 24/11 tem 30/11 (Black Friday week)
 - totaal = 4 weken
- **Doelmarkt:**
 - Nederland (Zuid-Holland, Noord-Brabant, Gelderland, Utrecht en Nederlands Limburg)
 - Vlaanderen (exclusief een straal van 30km rondom Mechelen)
- **Kanalen:** Meta (Instagram en Facebook), website Visit Mechelen

CAMPAGNEMATERIAAL

BEELDADVERTENTIES

Doel = doorklikken landingspagina

Visit Mechelen
Gesponsord ·

Ken jij dit postkaartwaardig plaatsje in België al? 🇧🇪 Boek nu je citytrip naar Mechelen en geniet van de geschiedenis ...Meer weergeven



visit.mechelen.be
Plan je wintertrip naar Mechelen **Meer informatie**

136 7 opmerkingen

Vind ik leuk Opmerking plaatsen Delen

Deze ad werkte het beste. Sfeervolle unieke foto.

Visit Mechelen
Gesponsord ·

Vind de leukste cadeautjes in Mechelen! Boek nu je citytrip en geniet van een heerlijk winterweekend in deze ...Meer weergeven



visit.mechelen.be
Plan je wintertrip naar Mechelen **Meer informatie**

108

Vind ik leuk Opmerking plaatsen Delen

Deze ad, die vorig jaar goed werkte, deed het nu het minst goed.

Visit Mechelen
Gesponsord ·

Trakteer jezelf op een onvergetelijke overnachting in het Vlaamse Mechelen. 🇧🇪 Boek nu je wintertrip en ...Meer weergeven



visit.mechelen.be
Een onvergetelijke overnachting **Meer informatie**

26 3 opmerkingen

Vind ik leuk Opmerking plaatsen Delen

Visit Mechelen
Gesponsord



PLAN NU JE WINTERTRIP NAAR MECHELEN

Meer informatie

Visit Mechelen
Gesponsord



PLAN NU JE WINTERTRIP NAAR MECHELEN

Meer informatie

Deze advertentie werkte goed, maar pas vanaf december (door de sneeuw?)

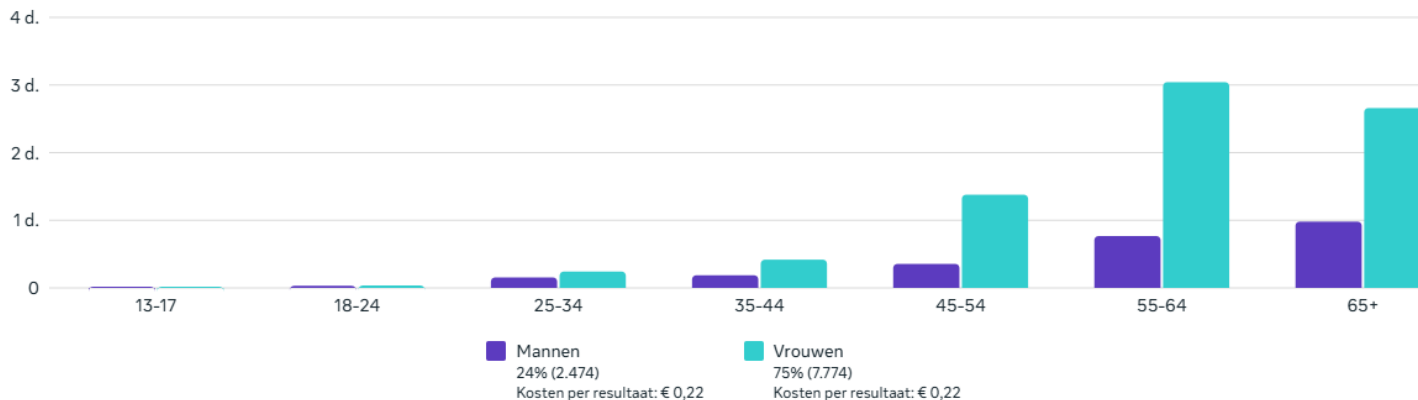
LEEFTIJDVERDELING

Nederland

Verdeling leeftijd en geslacht

Alles

Resultaten



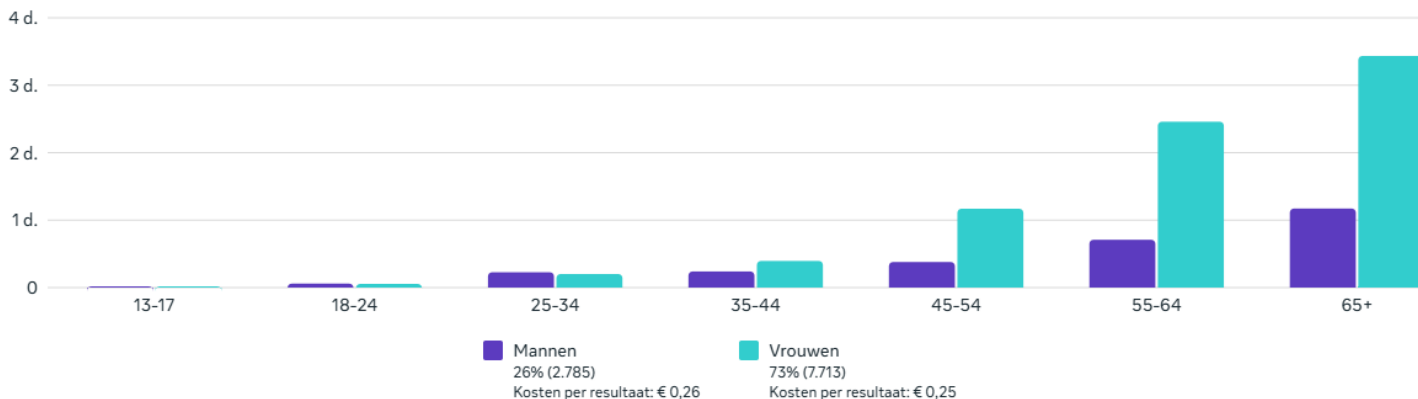
Aan de hoge kant.
Dit zien we
standaard bij onze
campagnes.

Vlaanderen

Verdeling leeftijd en geslacht

Alles

Resultaten



RESULTATEN SOCIAL MEDIA ADVERTENTIES

TOTAAL VOOR BELGIË EN NEDERLAND



703.678

Bereikte
Personen*



23.254

Weergaves
landings-
pagina*



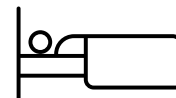
31.587

link klikken*



14.403

Website
bezoeken



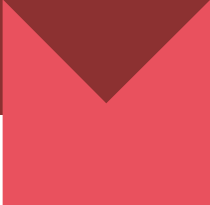
2166

Kliks naar
logies

ADVERTENTIE -EFFICIËNTIE	Conversie ads			
	CTR CLICK THROUGH RATE	CPC COST PER CLICK	CPV* COST PER VIEW LANDINGSPAGE	CPV** COST PER WEBSITE VISIT
Nederland	1,92 %	€ 0,17	€ 0,22	€ 0,32
Vlaanderen	1,28 %	€ 0,18	€ 0,25	€ 0,45

* bron: Meta business manager

** bron: Matomo



TAKE-AWAYS

- Voor deze Meta-campagne kozen we bewust voor het nieuw gelanceerde doel 'weergaves landingspagina's optimaliseren' in plaats van 'link klikken'. Deze keuze resulteerde in een duidelijke stijging van het aantal kwalitatieve websitebezoeken.
- In de winterperiode zetten we uitsluitend in op beeldadvertenties met conversiedoelstelling en niet op videoviews (awareness), aangezien er geen sterke videocontent beschikbaar was. Dit liet toe om het volledige budget te concentreren op conversie, wat een positief effect had op het websiteverkeer. De impact op de mate waarin mensen effectief overtuigd raakten om Mechelen te bezoeken, kunnen we op basis van deze campagne niet onderbouwen.
- Door de bovenstaande keuzes lag de kost per websitebezoek 60% lager dan vorig jaar, wat wijst op een aanzienlijk efficiëntere inzet van het mediabudget.
- Winterse beelden met sneeuw presteerden vooral sterk in december. seizoenseffect is relevant om volgend jaar expliciet mee rekening te houden in timing en beeldselectie.

