

Holland.com

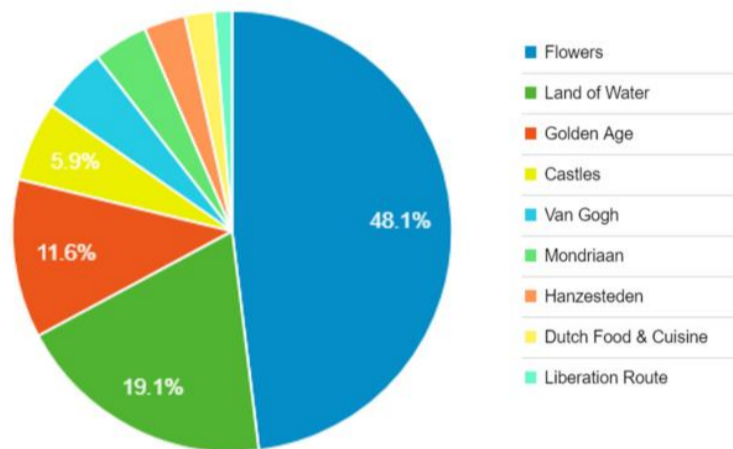
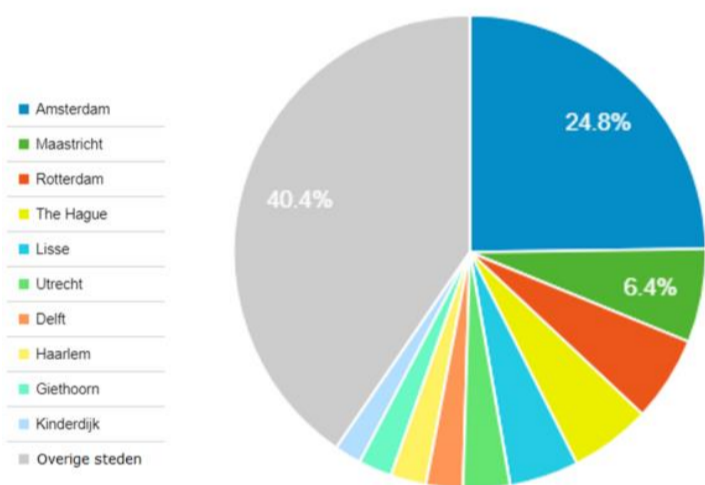
Het platform **Holland.com** wordt jaarlijks **12 miljoen** keer bezocht. We bereiken hiermee een wereldwijde doelgroep van internationale bezoekers met interesse in Nederland. **69%** van de bezoekers is van plan om binnen een jaar Nederland te bezoeken. Het recent ontwikkelde segmentatiemodel toont aan dat met name de oriënterende bezoeker (*nog zonder concrete plannen*) Holland.com gebruikt om te zoeken naar informatie en inspiratie over bestemmingen en activiteiten.

Op wie richten wij ons?

Holland.com bestaat in 11 talen en bereikt daarmee internationale reizigers uit de volgende landen; België, Duitsland, Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Spanje, Italië, Verenigde Staten, China, Japan, Brazilië, Indonesië en Rusland. Met de Global site (www.holland.com/global) bedienen we niet alleen bezoekers uit UK en Verenigde Staten & Canada, maar ook alle andere Engelstalige bezoekers wereldwijd.



>5.000.000 bezoekers ontdekten onze steden



> 1,7 miljoen bezoekers lazen onze Holland Stories

Year on Year visits

Month	Visits 2018	Visits 2017
JAN	900,000	800,000
FEB	850,000	750,000
MAR	1,150,000	850,000
APR	1,450,000	1,050,000
MAY	1,350,000	950,000
JUN	1,050,000	950,000
JUL	1,350,000	1,100,000
AUG	1,100,000	1,100,000
SEP	850,000	850,000
OCT	950,000	950,000
NOV	750,000	750,000
DEC	700,000	700,000



De consument staat centraal

De rijkdom aan content op Holland.com, gecombineerd met de juiste inzet van analytische tools, leveren waardevolle inzichten op over de bezoeker op Holland.com. 96% van onze bezoekers weet Holland.com direct of via een zoekopdracht te vinden. Dit zoekgedrag is de basis van ons segmentatiemodel waarin we verschillende reisfasen hebben gedefinieerd: van oriënteren op een bestemming of activiteit (Upperfunnel) tot plannen en boeken. Een belangrijke splitsing in iedere fase is de locatie: bevindt de bezoeker zich 'thuis' of al in Nederland.



Een greep uit de activiteiten

Online samenwerkingsvormen

Om effectiever in te spelen op de wensen en behoeften van onze partners introduceert Holland.com per 2019 aangescherpte online samenwerkingsvormen.

Op aanvraag deelt NBTC graag meer informatie over deze opties, de expertises van het platform en de concrete samenwerkingsmogelijkheden. Centraal staan de volgende uitgangspunten:

- **Content marketing** door op strategische wijze content te creëren en te distribueren, draagt Holland.com bij aan de realisatie van uw partnerdoelstelling.
- Met behulp van **native advertising**, volledig geïntegreerd in de look & feel van de site, wordt er traffic naar de content geleid.
- Dankzij de inzet van **gepersonaliseerde marketing** bereikt Holland.com een relevant publiek voor de partner én draagt deze bij aan het optimaliseren van de gehele (digitale) reizigers journey.

Digital Upgrade

In aansluiting op de HollandCity strategie werken we voortdurend aan het ontwikkelen van passende content en nieuwe content doelen. Daarbij hoort ook een vernieuwde presentatie van de website die de (digitale) spreidingsdoelstellingen visualiseert.



Wat levert het op?



Een campagne via Holland.com loont! De precieze output hangt af van de partner en diens doelstellingen.



Richt de campagne zich op het creëren van awareness? Dan wordt er gestuurd op een zo groot en relevant mogelijk bereik en worden relevante KPI's gerapporteerd. Ligt de focus op het realiseren van video plays of conversies? Ook dit wordt meegenomen in de opzet, uitvoering, optimalisatie én evaluatie van de campagne.

Mediatools



Samenwerken loont!

Alleen zijn we sterk, maar samen zijn we sterker. Daarom geloven wij in slimme samenwerkingen die meerwaarde leveren.

We brengen relevante Nederlandse- en buitenlandse partners samen rondom onderscheidende gezamenlijke proposities, die aansprekend zijn voor de doelgroep.

Deelnemen of meer informatie?

Op basis van uw doelstellingen en wensen maken wij graag een voorstel op maat.

Willemijn van der Harst
wvanderharst@holland.com
070-3705317

