

Social Media Marketing Visit Holland

Een uitgekende social media marketing strategie is vandaag de dag onmisbaar, waarbij platformen zoals Facebook en Instagram een ijzersterke invloed hebben op het boekingsgedrag van reizigers. Zo geeft 60% aan dat social media een beslissende factor is in hun beslissingsproces (Expedia, 2017) wat vandaag de dag kan worden beschouwd als de moderne word of mouth marketing.

Op wie richten wij ons?

De moderne technieken van Social Media stellen NBTC in staat om door middel van nauwkeurige targeting, ieder individu met de juiste tone of voice te bereiken.

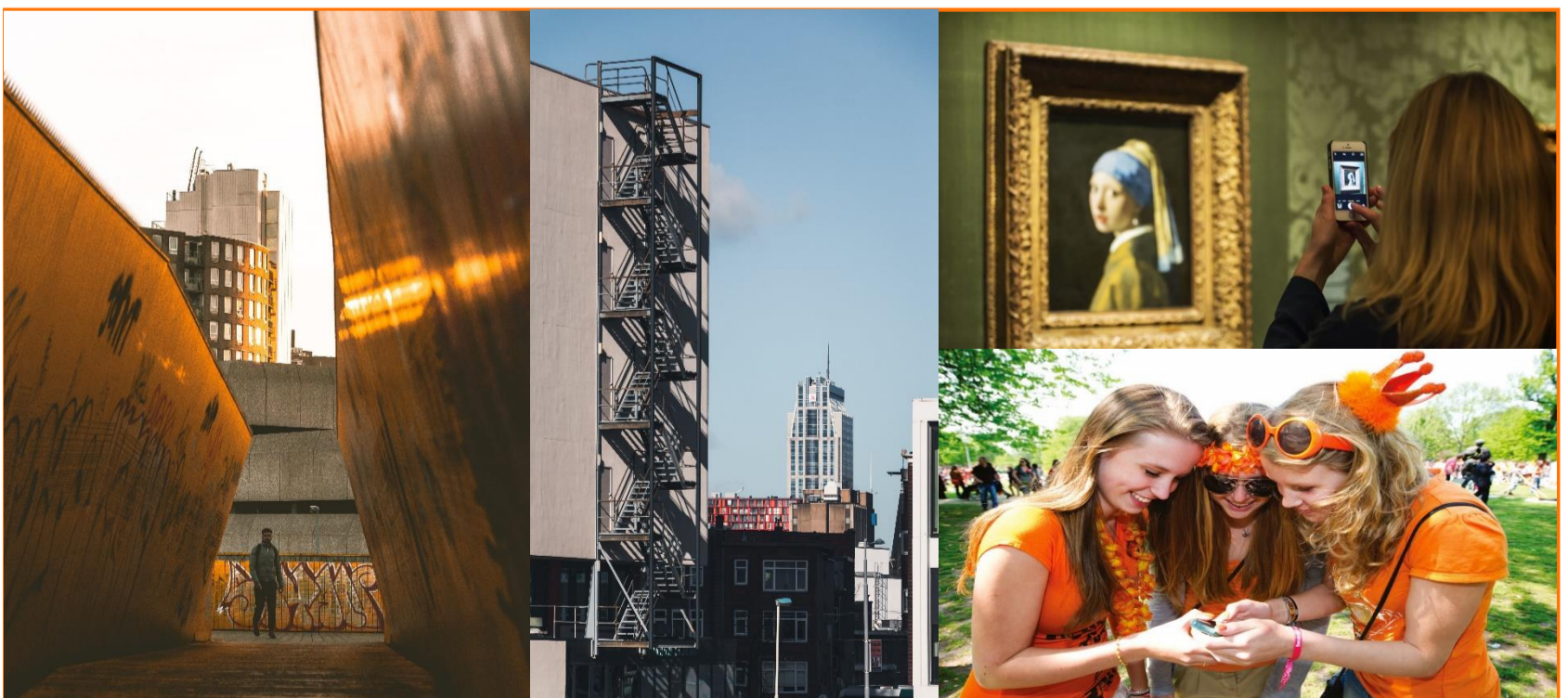
Bovendien heeft NBTC de beschikking over internationale- én landspecifieke kanalen waarmee de consument 24/7 wordt bereikt. Internationaal is Engels de voertaal, daarnaast zijn er kanalen specifiek voor Duitsland, Italië, Spanje, België en Brazilië.



Gerichte targeting

Social Media biedt de mogelijkheid om ieder gewenste persona te bereiken, waarbij we kunnen targeten op leeftijd, interesses, gedrag, locatie en op nog vele andere segmentatiemogelijkheden. Ook kunnen we een match maken met de gebruikers *reason to travel*, iemands Holland Passie.

Met Facebooks nieuwste functionaliteit Trip Consideration kunnen we de mensen targeten die momenteel aan het nadenken zijn over hun volgende trip, om zo ook perfect aan te sluiten bij deze fase in de customer journey.



De consument staat centraal

Met onze social media kanalen zitten we in de inspiratiefase van de potentiële reiziger waarbij wij onze volgers en fans inspireren door hen met de bestemming bekend te maken en zo direct in te spelen op het #FOMO gevoel (fear of missing out). Aan de hand van de meest geavanceerde advertentie-strategieën kunnen we naderhand inspelen op individuele reisbehoeften.



Een greep uit de activiteiten

- Nieuwe invalshoeken betekenen letterlijk nieuwe (en inspirerende!) inzichten. Gedurende het jaar organiseren wij take-over campagnes waarbij we onze Facebook en Instagram kanalen uit handen geven aan influencers die een bestemming vanuit zijn/haar perspectief toont en onze volgers zo meeneemt op zijn/haar journey.
- Visit Holland goes live! In de loop van komend jaar gaan we tijdens een aantal evenementen live met ons kanaal waarbij we de interactie aangaan met onze volgers en engagement verhogen.
- De *on social paid strategy* gaan we verder opschalen en optimaliseren waarbij we middels smart paid strategies nog relevantere content kunnen serveren aan onze volgers tegen minimale kosten om zo een uitstekende ROI te kunnen overleggen.
- Vanaf 2019 wordt gebruik gemaakt van een Facebook/Instagram pixel die nog beter inzicht geeft in wensen en behoeften van de fans. Hierdoor kunnen we op iedere fase van de customer journey perfect inspelen, en relevante en inspirerende content serveren.

Wat levert het op?



Met de Visit Holland social media kanalen worden maandelijks gemiddeld 1.1 miljoen unieke personen bereikt.



Industrie benchmarks geven de mogelijkheid om de inspanningen om te rekenen naar social media waardes waarbij NBTC maandelijks gemiddeld 8 miljoen euro omzet.



Het engagement percentage is gemiddeld 7% (vier procent hoger dan onze benchmarklanden!), waarbij de getoonde interactie waardevolle input levert voor het opzetten en uitvoeren van nieuwe campagnes. Hierdoor brengen we de meest relevante boodschap bij de juiste doelgroep over.



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?

Heeft u vragen of interesse, neem dan gerust contact op.

Jasper Broekhuis
jbroekhuis@holland.com
06-38293653

