

Themacampagne Ervaar historie en natuur in het bruisende Rijk van Nijmegen – 2024

Mediaplan



Themacampagnes

In 2024 zetten we in op jaarronde werving van nieuw bezoek naar de regio. Hierbij richten wij ons op de Verbindingszoeker en geografisch op bezoekers uit Noord- en Zuid-Holland, Utrecht, Overijssel en Noord-Brabant.

Dit doen we door de inzet van verschillende kanalen en activiteiten waaronder de themacampagnes. Hierin zetten we het thema centraal extern ingekochte media en pr-activiteiten. Daar profiteer jij mooi van mee. Landelijk zoeken we de aandacht op en inspireren en informeren we (potentiële) bezoekers over de regio.

Jaarronde campagne Rijk van Nijmegen

Met de campagne 'Gelderse streken' zetten we in op bekendheid en inspiratie van het Rijk van Nijmegen als onderdeel van de Gelderse streken. Dit doen we o.a. door de inzet van radio, out of home, social media, influencers, Google Ads en in online- en offline uitingen. Aanvullend zetten we in met een regionale, thematische campagne Rijk van Nijmegen, die hierop aansluit qua doelgroep en inhoud. We zetten in op het wekken van interesse en het activeren van de bezoeker om naar het Rijk van Nijmegen te komen. Dit doen we het gehele jaar door met inzet van onze website, socials, drukwerken, verspreiding van een webazine (online magazine) en een videocampagne. In de themacampagne zetten we jouw organisatie in de spotlight op één moment in het jaar via onderstaande (extern ingekochte)inzet. Sluit met jouw marketinginzet hier vooral op aan om de klantreis te voltooien. Wij verzorgen de inspiratie, informatie en activatie om naar de regio te komen en jouw organisatie te bezoeken, jij zorgt voor de conversie en het gastheerschap. Samen staan we sterk!

Doelgroep

We richten ons op de Verbindingszoekers. Ze zijn vaak 50 jaar en ouder en de meeste huishoudens bestaan uit twee personen. Verbindingszoekers zijn graag in beweging door te wandelen of fietsen in de natuur. En ze hebben ook een duidelijke culturele interesse, ze bezoeken graag een theater of museum. De ondernemen de activiteiten graag samen en vinden aan authentieke sfeer belangrijk. Maar deze doelgroep staat ook open voor verrassingen en nieuwe dingen!

Vakantie is ontspanning, genieten en gezelligheid. Rust en stilte, en tijd voor elkaar.

Dat kan voor hen ook prima in Nederland, zowel voor een kort verblijf of voor een langere vakantie. Ze verblijven graag op een locatie met goede faciliteiten.

Gemoedelijk, knus, kleinschalig en rustig is, met gastvrij personeel, dat is wat ze belangrijk vinden. Want dan heb je ook wat meer het gevoel dat je het 'echte' lokale leven ervaart op vakantie.



Kernboodschap

Ulpia Noviomagus Batavorum: zo'n kleine tweeduizend jaar geleden streken de Romeinen hier neer op deze voor hen strategisch interessante plek. Deze heuvelachtige omgeving gaf de Romeinen vrij zicht. En vanaf dat moment zijn de stad en de regio uitgegroeid tot een bruisende hotspot met op iedere hoek van de straat een herinnering aan het rijke verleden. Je kan er urenlang rondslingerend door de oude binnenstad, shoppen in hippe boetiekjes of op ontdekking gaan in een van de musea en kastelen die je meer vertellen over deze bijzondere regio. Na een duik in het verleden tijd voor een duik in de natuur? Vanaf de Waalkade loop je, via de wandelbrug de Ooypoort, zo de natuur in en de strandjes op en ontdek je de mooie omgeving van het Rijk van Nijmegen. Liever fietsend de natuur ontdekken? Pak de fiets en laat je rondleiden door een van de vele routes. En dat allemaal op steenworp afstand van elkaar! Kom ontspannen in het Rijk van Nijmegen en blijf gerust overnachten en ontdek de vele eet- en drinkgelegenheden in de omgeving.

Content

Gericht op een verblijf van een weekend, of langer, in het Rijk van Nijmegen. Fiets of wandel een van de vele routes in de omgeving. Bezoek een van de kastelen of musea die de regio rijk is. Geniet op of langs het water of slenter door de binnenstad van Nijmegen. Beleef de Romeinse historie. Blijf overnachten en ontdek de vele eet- en drinkgelegenheden in de omgeving.

Concept

Voor het Rijk van Nijmegen borduren we verder op het concept 'MooiDichtbij'. Binnen het Rijk van Nijmegen liggen prachtige natuurgebieden met een diversiteit aan landschappen en een buitenlands karakter. Je hoeft dus niet ver om er echt even tussenuit te zijn... We maken gebruik van vergelijkingen met locaties in het Rijk van Nijmegen en het buitenland, we laten locals aan het woord en gebruiken het mooiste beeldmateriaal om te laten zien dat het dichtbij huis ook heel mooi is.

Mediaplan

Het mediaplan is onderverdeeld in activiteiten voor alle partners die participeren in deze themacampagne. En activiteiten voor Gemeente Berg & Dal die een Extra Large pakket heeft ingekocht en daar vanzelfsprekend extra's voor ontvangt. Hieronder het mediaplan voor deze themacampagne.

Media-inzet alle partners

- Vermelding op de speciale campagnepagina op visitnijmegen.com.
- Opname in de redactionele contentkalender: artikel op visitnijmegen.com die gepromoot wordt via onze Facebook- en Instagramcampagne gericht op de Verbindingszoekers of een social post of een opname in de e-mailnieuwsbrief. Afhankelijk van je afgenomen pakket 1 tot 2 posities.
- Opname in de content die extern wordt ingekocht, zie hieronder (afhankelijk van je afgenomen pakket 1, minimaal 2 of in alle uitingen):
 - 1/1 pagina advertorial in ANWB – eropuitgids. Deze wordt in een oplage van 1.000.000 meegestuurd aan leden van de Kampioen met de doelgroep 'early nesters/50+'.
 - De hele maand mei zijn we zichtbaar met een carousel op het netwerk van DPG. Deze wordt getoond aan personen die vallen binnen de doelgroepen, hierin targeten we op vrouwen die eerder op websites zoals margriet.nl, libelle.nl en flair.nl zijn geweest en buiten Gelderland wonen (focus op Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht). We maken twee verschillende uitingen, die beide twee weken draaien. Zo kunnen we alle deelnemende partners minimaal 1 keer zichtbaar maken in een van de 5 afbeeldingen in de carousel. Dit biedt een grote zichtbaarheid voor het Rijk van Nijmegen en de locaties en heeft als doel om mensen naar de speciale campagnepagina op visitnijmegen.com te leiden.

Extra media-inzet Gemeente Berg & Dal

- Inzet van 'Wandelvrouw', het grootste persoonlijke female wandelblog van Nederland. Wandelvrouw (Bregje Schipper) is een wandel-inspiratiesite waar je leuke nieuwe ideeën ophaalt over mooie wandelbestemmingen, tips voor gezellige wandelweekendjes weg voorbij ziet komen, je wandelvakantie kunt uitzoeken, handige wandeltips krijgt en kunt meelesen over wat er allemaal te genieten valt op wandelgebied. De kanalen van Wandelvrouw richten zich op vrouwen in de leeftijd van 45 tot 65 die verlangen naar een actiever en avontuurlijker bestaan en wandelen/hiken zien als een middel om dat te bereiken. Ze willen gezonder, sportiever. Gezellig met vriendinnen of partner. Genieten van de natuur, lekker eten, een bijzondere overnachting. Ze dromen van lange avontuurlijke tochten, maar kiezen voor goed geregelde trips.

Bregje gaat 2 dagen (inclusief overnachting) verblijven in het Rijk van Nijmegen/Berg en Dal en zal minimaal 1 thematische wandeling door het gebied maken. Zijn zal het volgende opleveren:

- Insta stories tijdens verblijf
- Facebook post over blogreis
- Blog met minimaal 10 foto's (aangejaagd via Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest en de nieuwsbrief)
- Voor Gemeente Berg & Dal staat er ook nog een gesponsorde social media op de planning. Deze post is exclusief voor Gemeente Berg & Dal, getarget op de doelgroep Verbindingszoeker. De inhoud en timing van deze plaatsing doen we graag in overleg.
- Opname in de nieuwsbrief in het voorjaar (week 13)

Doelstellingen

We verwachten de volgende doelstellingen/KPI's te realiseren:

- Campagnepagina: unieke bezoekers op de online campagnepagina minimaal 5.000 gedurende de gehele campagneperiode.
- Social media: minimaal 75.000 bereik algemeen. En 40.000 bereik en ca. 1.000 kliks voor de gesponsorde post voor Berg & Dal.
- ANWB: oplage 1.000.000 exemplaren
- Carrousel DPG: we verwachten tussen de 1.800 en 2.000 klikken naar de landingspagina op visitnijmegen.com te realiseren. De carrousel wordt 360.000 keren vertoond (is zichtbaarheid voor Rijk van Nijmegen en partners).
- Influencer Wandelvrouw.nl
 - 52.000 unieke bezoekers gem. per maand in 2023
 - Instagram: @wandelvrouw / 7.300 volgers
 - Facebook: @wandelvrouw / 15,600 volgers
 - Wandelvrouw nieuwsbrief: 9.000 abonnees

Bij vragen over dit plan kun je contact opnemen met Hester van Dalen, campagne coördinator
h.vandalen@toerismevan.nl