

maastricht ★

Hoteloffensief Maastricht

Een samenwerking tussen Maastricht Marketing, SAHOT & Hotels.nl

Opdracht

Bedenk een mechanisme om zoveel* mogelijk hotelbedden te vullen met een conversiegerichte campagne waarbij de waarden en benefits van Maastricht visueel worden geladen en gasten verleid worden tot een boeking voor één of meerdere nachten in de nazomer.

*de uitdaging hierbij is om zoveel mogelijk bezoekers en bestedingen te genereren binnen de beperkingen van de anderhalve meter-samenleving



Antwoord

Online campagne op social met behulp van 'dynamic retargeting & prospecting' via de kanalen van Maastricht Marketing (VisitMaastricht)

Facebook audience: Segmentatie o.b.v. demographics, interests, lookalikes & web audiences.

Looptijd:

juli/augustus

september/oktober



- **Dynamic retargeting**

Met deze vorm richt je je op warme(re) leads en trek je geïnteresseerden *definitief over de streep om te boeken in Maastricht*. Ook diegenen die in de race zijn voor een citytrip in Antwerpen, Eindhoven, Gent, Den Bosch etc. maar nog geen definitieve keuze hebben gemaakt. Beter retargeted geconverteerd naar Maastricht, dan latente interesse weggeven aan concurrerende steden.

- **Prospecting**

De interesse bij prospecting is er nog niet. *Deze doelgroep vertoont vergelijkbaar gedrag met consumenten die reeds hebben geboekt* of interesse hebben getoond. De leads zijn kouder en daarmee kan de conversieratio lager zijn/hogere kosten met zich meebrengen.



Verwachte resultaten

- **Verwachte aantal impressies***: 2.1 mln - 3.6 mln impressies
- **Verwachte aantal clicks****: 20.000 link clicks - 57.500 link clicks

**Op basis van beschikbaar mediabudget en verwachte CPM: € 3.2 tot € 5.5*

***O.b.v. gemiddelde CTR Visit Maastricht en fase 1 resultaten: 0.95% - 1.6%*



Rationale nazomer campagne (onderliggend verhaal)

Als de zomer op z'n retour is aan de winderige Noordzeekust, zindert Maastricht nog even door. Als heel Holland om schakelt naar het keurige land van vóór de zomer, is Maastricht dat beetje Bourgondische-buitenland met een eeuwige nazomer. Altijd een paar graden warmer. In temperatuur en in gevoel. In gastvrijheid en cultuur.

Nazomer in Maastricht is als rosé bij zonsondergang: kleurig, bont en zoet. Nazomer in Maastricht is net een beetje langer genieten. Langer relaxen. Langer natafelen. En langer dwalen door eeuwenoude straatjes. Dus als je denkt dat je zomer erop zit, think again: in Maastricht is de zomer nét een beetje langer.

Maaaaaaaaaaaastricht. Net een beetje langer zomer.





Visualisatie

- Matchend bij het merk Maastricht.
- De driehoeken staan voor play-buttons en zijn afgeleid uit de ster van Maastricht.
- De kleine driehoek blijft altijd huisstijl-rood om de afzender te benadrukken.





boek met korting

maaaaaaaaaaastricht ★
net een beetje langer zomer

Overlay

- De grote driehoek blijft nazomer-oranje voor het echte nazomer gevoel (Indian summer).
- Het logo van de campagne loopt langzaam vol (volle nazomer).



Voorbeelden

- Collection ad
- Carousel ad



Resultaten

Datum	Boekingen	Nachten	Omzet
10 juli t/m 25 augustus	845	1333	€ 115.559,-



maastricht ★