

THEMA REGIONALE PR

Aanleiding

Het zou enorm helpen als in de rest van Nederland de andere buurten meer onder de aandacht zouden komen. Te meer, omdat de meeste dagjesmensen, maar ook hotelgasten uit Nederland komen. Het in kaart brengen van de Parels van de stadsdelen biedt echter geen garantie dat hier ook over wordt geschreven/gepubliceerd. Daarom heeft Online Marketing Amsterdam het volgende concept bedacht die de bezoekers uit de rest van Nederland in hun initiële overweging en actiever consideratiefase overhaalt om deze parels te ontdekken die Amsterdam te bieden heeft.

Concept

Amsterdam is een weerspiegeling van heel Nederland. Het merendeel van de bewoners (60%) is niet in Amsterdam geboren. Bewoners uit alle provinciën in Nederland en daarbuiten voelen zich thuis in hun stad A'dam. We selecteren een aantal bewoners van Amsterdam op basis van hun afkomst (en hun expertise op een bepaald terrein) en nodigen we ze uit om de parels uit hun stadsdeel te ontdekken. Het is de bedoeling dat in eerste instantie 12 provinciën x 9 stadsbuurten = 108 gidsen worden aangesteld die de stadsdelen gaan verkennen. Geholpen met de input vanuit 24H Amsterdam kan de bezoeker zijn, of haar stadsdeel verkennen en verslag doen en lokale tips geven wat ze zelf de meest unieke ervaring vonden in hun stadsdeel. Van de beste tips maken we reportages die worden opgenomen op de website. Als je tevreden bent met de gegeven tip, kun je de lokale gids belonen. De lokale gidsen met maken kans op een trip naar Berlijn, of New York. De regionale media spelen een sleutelrol bij het genereren van de juiste media-aandacht. De uitkomst van deze PR actie wordt namelijk als item gestuurd naar de (online) regionale pers die aansluit bij de afkomst van de betreffende bewoner/gids. De uitgever kan dit combineren met een lezersaanbod. Om plaatsing te garanderen geven we bovendien een aantal arrangementen weg waarin opgenomen een overnachtingen en gratis bezoek aan één van de genoemde tips. De lezers krijgen uiteraard ook de mogelijkheid om de gratis buurtfolder te downloaden en zelf op verkenning te gaan!

Waarom dit werkt

- ✓ We maken slim gebruik van de achtergrond van de bewoners in Amsterdam
- ✓ Lokale gidsen worden met de win actie aangespoord om met leukste/origineelste lokale tip te komen en dit als dusdanig te verkopen
- ✓ De campagne vind aansluiting bij regio's door de achtergrond van de bewoner
- ✓ Weggeven van arrangementen zorgt voor gegarandeerde regionale PR
- ✓ Reviewranking werkt ook qua SEO
- ✓ Conversie in de vorm van gedownload brochures bepaalt effect van de campagne
- ✓ Het werkt aanstekelijk voor platformen die initieel besluiten niet meet te doen.

Case

- ✓ Persona's: dagjesmensen en citytrippers uit Nederland
- ✓ Customer Journey fase: initiële overweging, actiever consideratie en aankoop
- ✓ Monitoring: PR clippings & bereik, Google Analytics statistieken en downloads