

Case: samenwerking NU.nl & NPO

Zoeken[Zoeken](#)

Intro

Ieder jaar presenteert de NPO (Nederlands Publieke Omroep) in september de nieuwe tv-programmering van Nederland 1, 2 en 3. De briefing voor deze campagne was: is het mogelijk om binnen het Sanoma netwerk het nieuwe tv-seizoen en de programmering op Nederland 1,2 en 3 aan een groot publiek te communiceren? Hoe kunnen we aan deze brede doelgroep duidelijk maken welke programma's wanneer worden uitgezonden, welke presentator welk programma gaat presenteren, en hoe de consument zo goed mogelijk geïnformeerd kan worden wat de NPO doet in het nieuwe seizoen.

Doelstelling

Een divers en groot publiek (de gehele Nederlandse bevolking) bekend maken met de nieuwe programmering van Nederland 1, 2 en 3.

Doelgroep

Mannen en vrouwen van alle leeftijden.

Looptijd

6 september t/m 19 september 2010.

Media strategie & concept

Concept

Om de doelgroep te interesseren voor de nieuwe programmering en zoveel mogelijk kijkers te werven voor de nieuwe programma's, is er gekozen voor een bijlage op NU.nl - Het nieuwe tv-seizoen. De bijlage werd ieder dag twee keer geüpdate met actuele berichten over de nieuwe programma's, een update van onderwerpen in deze programma's, nieuws over gasten in deze programma's en nieuwsitems over de presentatoren. De content, aangeleverd door de NPO, bestond uit tekst, foto's en video's. De video's waren voornamelijk previews van de programma's en showreels van Nederland 1, 2 en 3.

Middelen

- 1 NUbijlage
- 6 contentblokken
- verschillende banners
- 3 advertorials op de katernen

Resultaten NUbijlage

- Aantal pageviews: ruim 374.618
- Unieke pageviews: 360.010
- Aantal unieke bezoekers: 249.075
- Gemiddelde tijd op artikelen: 1:25 min.

Learnings

- De kracht van de bijlage was de actuele inhoud: de content van de bijlage was interessant, goed vormgegeven en verrijkt met video. De nieuwswaardigheid van de content van NPO paste bij NU.nl.
- Gezien de bezoekduur is de doelstelling om de content te distribueren behaald.
- De campagne zorgde voor veel traffic naar Omroep.nl van de NPO. Ook hier geldt dat met name het communiceren van specifieke programma's heeft geleid tot goede resultaten.
- Via NU.nl werd een additioneel nieuwe doelgroep aangeboord.

Testimonial

Marion van Dam, Projectleider marketing & promotie NPO: "Voorgaande jaren hebben wij onze programmering gepresenteerd via bijlagen in kranten. In 2010 wilden wij onze programma's en presentatoren op een meer creatieve en directe wijze onder de aandacht brengen bij het Nederlandse Publiek. Met de bijlage op NU.nl konden wij twee weken lang de gehele programmering presenteren op de wijze waar wij goed in zijn: tekst, foto's én video's."

Credits

Sanoma Digital: Leanne Hermans (Concept & Strategie Manager), Nicolette Last (Projectmanager), Joyce Pherai (Accountmanager NU.nl) & Sue Ellen Balai (Accountmanager Mediabureau's)

NPO: Marion van Dam (Projectleider Marketing & Promotie) & Esther Laan (Eindredacteur)

Mediabureau: STROOM

Wil je meer weten over deze campagne, of wil je weten wat er mogelijk is binnen ons netwerk? Neem contact op met ons [salesteam](#).

Lees ook meer over...

[Eric Ariens vertelt](#)

[Jim Stolze op Sanoma Digital tv](#)

[Media Parade 2011: Feed Your Followers](#)

[Geef je mening en win gratis bladen](#)

[Sanoma Digital in de pers](#)

[Maak kennis met...](#)