

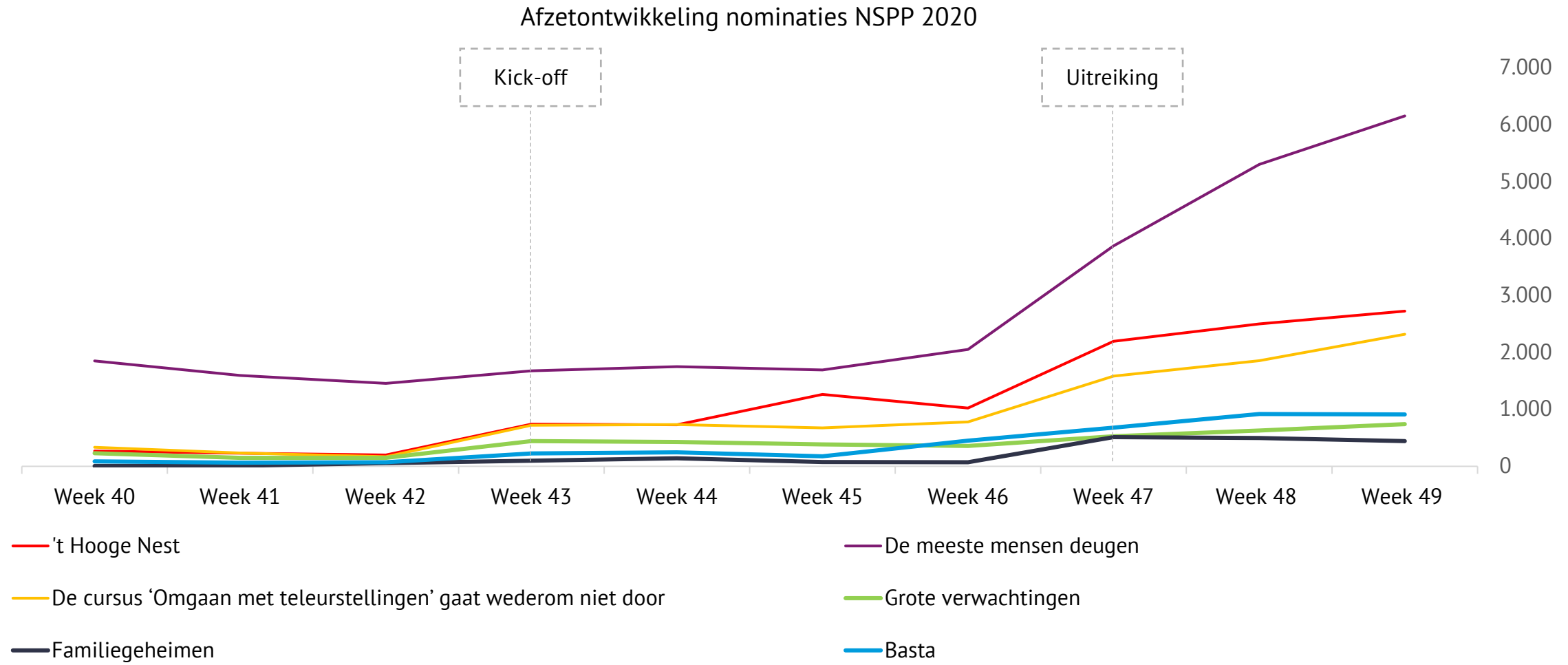


EVALUATIE

IMPACT OP AFZET

VERKOOP: AFZETONTWIKKELING GENOMINEERDE TITELS I

NA DE KICK-OFF KRIJGEN ALLE GENOMINEERDE TITELS EEN AFZETBOOST: DE VERKOOPAANTALLEN LIGGEN TIJDENS DE CAMPAGNEPERIODE GEMIDDELD HOGER DAN DE PERIODE VÓÓR DE CAMPAGNE. NA DE UITREIKING MAKEN DE GENOMINEERDE TITELS NOG EENS EEN AFZETSTIJGING DOOR.



VERKOOP: AFZETONTWIKKELING GENOMINEERDE TITELS II

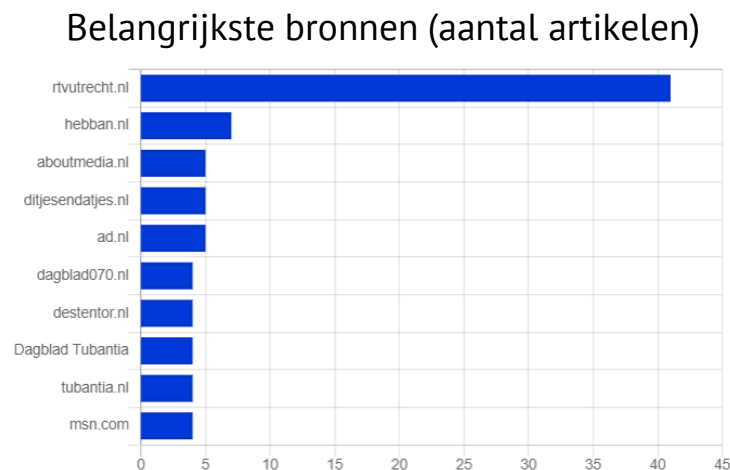
GEMIDDELD MAKEN GENOMINEERDE TITELS ZOWEL TIJDENS ALS NA DE CAMPAGNE MEER DAN EEN VERDUBBELING IN AFZET DOOR. *FAMILIEGEHEIMEN* MAAKT ZOWEL TIJDENS ALS NA DE CAMPAGNE DE GROOTSTE RELATIEVE AFZETSTIJGING DOOR.

	Gemiddelde afzet vóór campagne (week 40-42) versus tijdens campagne (week 43-47)	Gemiddelde afzet tijdens campagne (week 43-47) versus na campagne (week 48-49)
't Hooge Nest	+412%	+120%
De meeste mensen deugen	+35%	+159%
De cursus 'Omgaan met teleurstellingen' gaat wederom niet door	+266%	+132%
Grote verwachtingen	+144%	+60%
Familiegeheimen	+678%	+163%
Basta	+379%	+158%
Totaal	+120%	+138%

MEDIA

MEDIA: BEREIK EN BRONNEN

ANP LEVERDE VOOR DE PERIODE 20 OKTOBER EN 22 NOVEMBER 462 ARTIKELEN OVER DE NSPP AAN. DE ONDERGRENNS VOOR HET BRUTO BEREIK* BEDRAAGT MEER DAN 39 MILJOEN. ONDER WEBMEDIA VALLLEN OOK DE SITES VAN KRANTEN EN DAGBLADEN.



Via ANP wordt het bereik van de free publicity rondom de NSPP bijgehouden.

ANP levert statistieken voor een deel van de werkelijke PR-output. De genoemde aantallen vormen daarmee de ondergrens van 1) het aantal keer dat de campagnes via printmedia, webnieuws en RTV zijn genoemd 2) het bruto bereik (aantal lezers, kijkers en luisteraars).

Noot met betrekking tot mediastatistieken uit eerdere jaren:

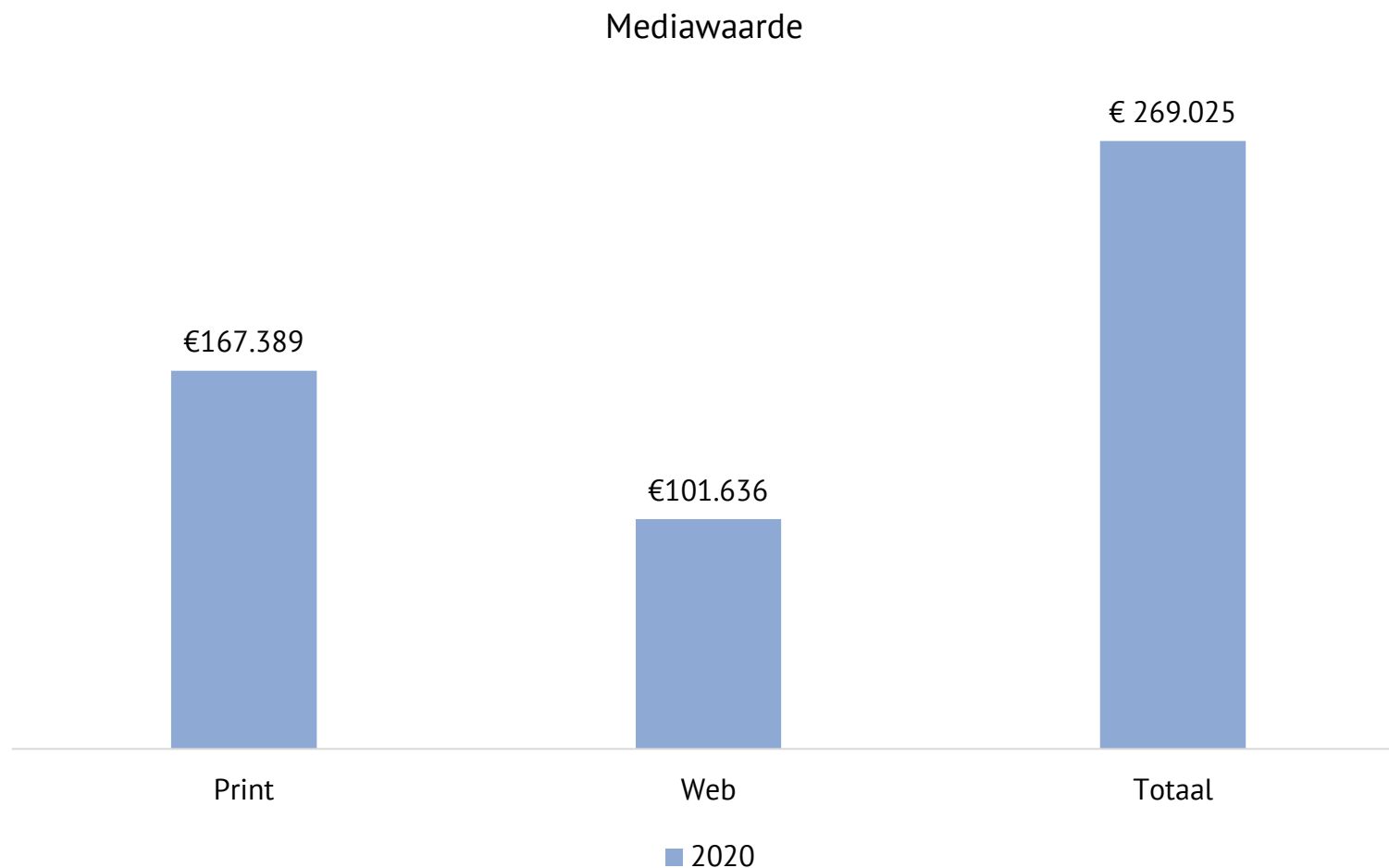
Uitlevering van artikelen en aanvullende data (bereik, waarde) door ANP komt niet overeen met voorgaande jaren. Wegens aanpassingen in de meetmethodes werd in 2020 voor zowel printmedia, webnieuws als RTV minder data opgeleverd.

Bereik per medium	
Totaal	39.073.087*
Print	1%**
Web	98%
RTV	2%

Aantal artikelen per medium	
Totaal	462
Print	26%
Web	72%
RTV	2%

MEDIA: MEDIAWAARDE

ANP LEVERDE VOOR DE PERIODE 20 OKTOBER EN 22 NOVEMBER 462 ARTIKELEN OVER DE NSPP AAN. DE ONDERGRENS VOOR DE BEHAALDE MEDIAWAARDE KOMT UIT OP € 269.025. ONDER WEBMEDIA VALLLEN OOK DE SITES VAN KRANTEN EN DAGBLADEN.



ANP levert statistieken voor een deel van de werkelijke PR-output. De genoemde aantallen vormen daarmee de ondergrens van 1) het aantal keer dat de campagnes via printmedia, webnieuws en RTV zijn genoemd 2) de mediawaarde.

Noot met betrekking tot mediastatistieken uit eerdere jaren:

Uitlevering van artikelen en aanvullende data (bereik, waarde) door ANP komt niet overeen met voorgaande jaren. Wegens aanpassingen in de meetmethodes werd in 2020 voor zowel printmedia, webnieuws als RTV minder data opgeleverd.

MEDIA: BEREIK VIA TV

HET BRUTO BEREIK VIA DE VOORAVOND, TIJD VOOR MAX EN M BEDRAAGT MEER DAN 7,2 MILJOEN.



De Vooravond	21 oktober	1.200.000
Tijd voor Max	3 november	739.000
Tijd voor Max	5 november	951.000
Tijd voor Max	10 november	816.000
Tijd voor Max	12 november	788.000
Tijd voor Max	17 november	779.000
M	18 november	1.988.000

ONLINE MARKETING: RESULTATEN TOTAAL

CIRCA 6% VAN ALLE STEMMEN IS VIA DE ONLINE MARKETING CAMPAGNE GEREALISEERD, HET AANTAL STEMMEN LIGT C.A. 13% LAGER DAN IN 2019. ALS HET OM AWARENESS GAAT, WERD HET MERK NSPP VIA DE ONLINE MARKETING CAMPAGNE BIJ 484.475 PERSONEN MEER DAN 3 MAAL ONDER DE AANDACHT GEBRACHT (1.651.900 IMPRESSIES): EEN STIJGING VAN 28% TEN OPZICHTE VAN 2019.

Totaal

		2020	2019
Facebook Sell + Tell	Reach	484.475	379.708
	Impressions	1.651.900	1.112.568
	Contactfrequentie	3,41	2,93
	Link clicks	27.939	22.022
	CPC	€ 0,44	€0,36
	CTR	1,69%	1,98%
	Stemmen*	10.003	13.015
	Stemmen inschatting	17.005	19.621
	CPM	€7,46	€7,19