From: "5.1.2,e"
Sent: *Mon, 11 Nov 2019 14:26:41 +0100*
To: "5.1.2,e" <5.1.2,e@socialmediamen.nl>; "5.1.2,e" <5.1.2,e@amsterdam.nl>
Subject: *RE: Update Bosplan campagne*

Ha 5.1.2,e en 5.1.2,e

Zullen we binnenkort een moment prikken om de campagne te evalueren? Benieuwd naar de resultaten, sturen jullie daar een analyse van 5.1.2,e?

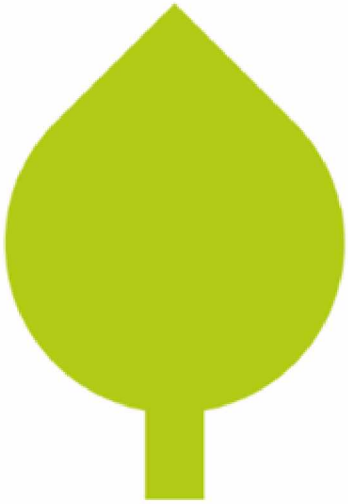
Vriendelijke groet,

5.1.2,e
5.1.2,e
Communicatiebureau
Gemeente Amsterdam
M 5.1.2,e
5.1.2,e@amsterdam.nl
Niet aanwezig op woensdag

Van: 5.1.2,e@socialmediamen.nl]
Verzonden: vrijdag 1 november 2019 12:34
Aan: 5.1.2,e
CC: 5.1.2,e
Onderwerp: Re: Update Bosplan campagne

Goed om te horen 5.1.2,e!

Ik heb de dagen/tijden in de enquête verwerkt:



Dat was het. Dank voor het invullen van de vragen!

Wil je mee op rondleiding met de boswachter en in gesprek over de toekomst van het Bos in november? Geef je alvast op via De Boswinkel: deboswinkel@amsterdam.nl

De beschikbare momenten zijn:
- 15 november van 15:00 tot 17:00
- 16 november van 10:00 tot 12:00
- 16 november van 15:00 tot 17:00

Groet,
5.1,2,e

Op vr 1 nov. 2019 om 10:38 schreef 5.1,2,e <5.1,2,e @amsterdam.nl>:

> Super 5.1,2,e we zijn blij met alle opbrengst! Prima om de focus voor het laatste stukje op de conversie te leggen. Heb jij nog aanvullingen 5.1,2,e ?
>
> We hebben inmiddels data en tijden geprikt voor de wandeling en rondetafelgesprek voor geinteresseerden. Is het mogelijk die nog op te nemen in de enquete op de plek waar nu de vooraankondiging staat?
>
> Het gaat om het volgende:
>
> - 15 november 15:00-17:00
> - 16 november 10:00-12:00
> - 16 november 15:00-17:00
>
> De contactinfo van De Boswinkel mag blijven staan.
>
> Met vriendelijke groet,
>
> 5.1,2,e

T 5.1,2,e
5.1,2,e @amsterdam.nl

Nieuwe Meerlaan 3
1182 DB Amstelveen
amsterdamsebos.nl

Werkdagen: ma, di, woe, do

Op dit bericht is een proclaimer van toepassing: amsterdam.nl/proclaimer

Van: 5.1,2,e @socialmediamen.nl]
Verzonden: vrijdag 1 november 2019 10:29
Aan: 5.1,2,e ; 5.1,2,e
Onderwerp: Update Bosplan campagne

Hoi 5.1,2,e en 5.1,2,e

Hoe gaat ie daar? Graag update ik jullie weer even met de cijfers van de Bosplan campagne.

Awarenesscampagne
Weergaven: 69.229
Bereik: 31.832
Unieke klikken op links (uniek aantal personen): 894
Gemiddelde CTR (click-through-ratio): 3,82%
Gemiddelde kijktijd Canvas: seconden
Gemiddelde weergavepercentage Canvas: 64,24%
Videoweergaven tot 25%: 6.000
Videoweergaven tot 75%: 1.613
Best presterende doelgroep:

- "Mensen die de pagina van het Amsterdamse Bos liken" met een gemiddelde CTR van 4,35%. De Canvas werd hier gemiddeld 15:74 seconden bekeken en had een gemiddelde weergavepercentage van 72,50%
- Amsterdam binnen de ring en Amstelveen met een gemiddelde CTR van 3,96%
- Amsterdam buiten de ring met een CTR van 2,44%

Best presterende ad: https://fb.me/1IS609GXWSOqiuJ
Een CTR van 6,11%
In de doelgroep "Mensen die de pagina van het Amsterdamse Bos liken"

Conversiecampagne
Weergaven: 107.494
Bereik: 46.296
Unieke klikken op links (uniek aantal personen): 2.073
Gemiddelde CTR: 4,74%
Best presterende doelgroep:

- Amsterdam buiten de ring met een CTR van 6,63%
- Retargeting Canvas met een CTR van 5,58%
- Amsterdam binnen de ring en Amstelveen met een gemiddelde CTR van 4,65%.
- "Mensen die de pagina van het Amsterdamse Bos liken" met een gemiddelde CTR van 3,92%

Best presterende ad: https://fb.me/2iX4W6aHdQJkiLR
Een CTR van 13,37%
In de doelgroep Retargeting Canvas

Zoals jullie wellicht zelf al hadden gezien is de vragenlijst nu 2.768 keer ingevuld! Er zijn 3.379 unieke bezoekers geweest op de vragenlijst waarvan 81,9% deze volledig heeft ingevuld. Gemiddeld zijn mensen hier maar liefst 05:49 minuten mee bezig.

De Retargeting Canvas doelgroep draait sinds vorige week in de conversiecampagne. Deze scoort van de vier doelgroepen in deze campagne een CTR van 5,58% en is daarmee de tweede meest succesvolle doelgroep. Ook de meest succesvolle advertentie komt uit deze doelgroep. Mensen die de Canvas bekeken hebben zijn een warme en zeer relevante doelgroep om opnieuw te targeten met de conversieadvertenties.

Op 8 november loopt de campagne af. Qua optimalisaties heb ik nu de focus echt gelegd op de conversiecampagne, om de laatste week nog even een spurt aan enquete deelnemers te verzamelen. Ook heb ik per doelgroep de best lopende advertenties aan laten staan en de minder goed scorende ads staan nu uit.

--
Met vriendelijke groet,

5.1,2,e

Warmoesstraat 149-151
1012 JC Amsterdam

5.1,2,e 72
5.1,2,e 29

LinkedIn
Facebook

De gemeente Amsterdam streeft naar optimale dienstverlening en zorgvuldige afhandeling van e-mailverkeer. Als een e-mail niet voor u is bestemd, verzoekt de gemeente u vriendelijk ons van de juiste adressering op de hoogte te stellen en de e-mail te verwijderen zonder de informatie te gebruiken en te delen met anderen. Voor verdere informatie over de rechten op informatie, zie https://www.amsterdam.nl/proclaimer.

--
Met vriendelijke groet,

5.1,2,e

Warmoesstraat 149-151
1012 JC Amsterdam

5.1,2,e 72
5.1,2,e 29

LinkedIn
Facebook