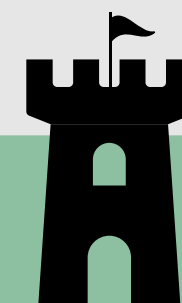




Podcastcampagne
**Forteiland
Pampus**

Ontdek alles over deze
succesvolle campagne



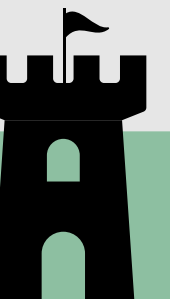


Briefing

Forteiland Pampus

Pampus wilde met deze campagne een andere doelgroep bereiken dan de traditionele museumbezoekers. De focus lag op randstedelijke dertigers, tussen de 25 en 45 jaar, die bewust in het leven staan, openstaan voor unieke ervaringen en hier ook bereid zijn in te investeren.

Een belangrijk element was de meetbaarheid: door unieke URL's en kortingscodes per podcast konden ze zowel het aantal clicks als de conversie nauwkeurig volgen.



Podcasts

De campagne werd vormgegeven door samen te werken met podcasts die perfect aansloten bij de doelgroep en de gewenste tone-of-voice.

De gekozen podcasts waren: Damn Honey, De Hete Brij, Tussen Dertig en Doodgaan en Voorheen Schaamteloos en Randstedelijk.

Deze selectie bood een variëteit aan onderwerpen en stijlen, terwijl ze allemaal de randstedelijke mindset aanspraken.

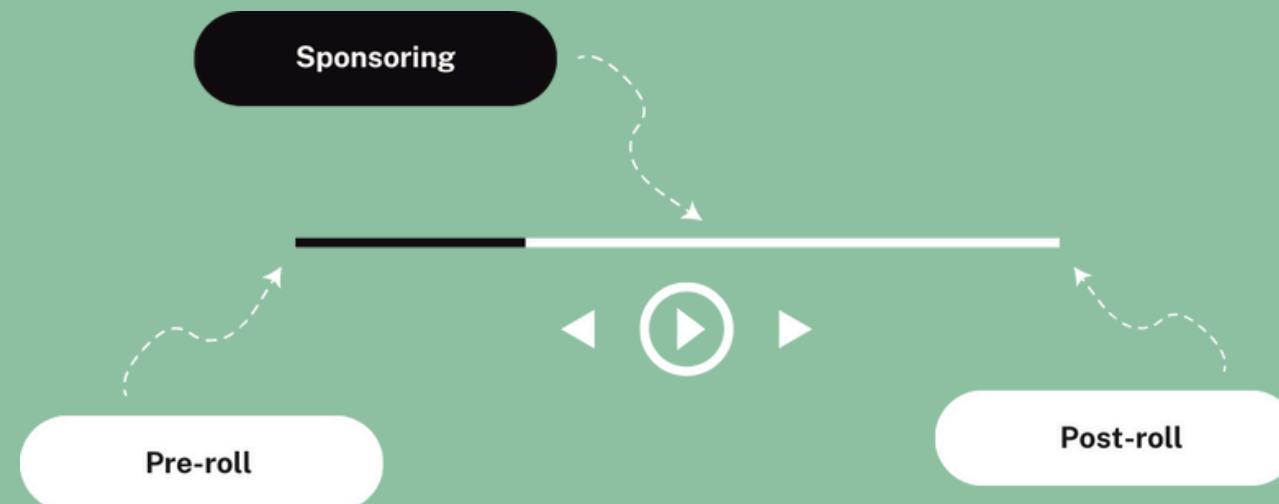


Inzet

Dag en Nacht verzorgt campagnes in alle soorten en maten. En we hebben een maandelijks bereik van meer dan 7,5 miljoen beluisteringen. In deze campagne is gekozen voor sponsoring in 2 a 3 afleveringen per podcast. Pampus was in totaal in 10 afleveringen van de verschillende shows te horen.

Native sponsoring

Sponsoring is volledig geïntegreerd in de aflevering en blijft dus ook in de toekomst nog te horen in de podcast. De podcasters verzinnen een optimale en creatieve manier om jouw merk onder de aandacht te brengen. De duur is ~ 1,5 minuut.



Sponsorsegmenten

Benieuwd hoe de hosts de segmenten hebben ingesproken? Klik op play!



Resultaat

Tijdens de zomercampagne werden 273 kortingscodes gebruikt.
Dit resulteerde voor Pampus in een omzet van €30.000.
Hiermee werd de investering in de campagne ruimschoots terugverdiend.

Damn Honey presteerde uitzonderlijk goed, wat leidde tot een last-minute actie voor de voorverkoop van het winterrestaurant Winterlicht. Ook deze code werd al 63 codes ingezet na 1 aflevering.

De betrokkenheid van de hosts bij het product zorgde duidelijk voor een extra verkoopboost.

336+

luisteraars hebben de kortingscode gebruikt

250.000+

beluisteringen behaald met sponsoring

20+

minuten aan advertentietijd



“

”

“Als experiment heeft Pampus in de zomer van 2024 voor het eerst een podcastcampagne gelanceerd, om ons Zomerrestaurant Zomerlicht en kampeerpen onder de aandacht te brengen. Dag en Nacht heeft geadviseerd welke podcasts de juiste doelgroep vertegenwoordigen. De fragmenten waren echt ontzettend leuk! Geen verkooppraatje, maar oprecht enthousiasme over Pampus. Heel fijn en efficiënt samenwerken met Roos en collega's, wordt vervolgd!”

Bart Kuilman, Forteiland Pampus

Waarom adverteren in podcasts?

Adverteren in schermloze tijd. Jij valt op. Terwijl mensen reizen, sporten, koken, schoonmaken, etc. Deze groep luistert fanatiek en geconcentreerd.

Podcasts zijn een intiem, vooruitstrevend medium met een loyaal publiek. Oftewel: Luisteraars zijn fans, dus advertentiewaarde is hoog.

Je concurreert niet met andere adverteerders om de aandacht van luisteraars zoals bij andere type media zoals radio en social.

Podcast-luisteraars vind je in iedere leeftijdscategorie, waaronder de moeilijk bereikbare groep van 18 tot 34 jaar.



Nieuwsgierig naar de mogelijkheden?

Neem contact op met Dag en Nacht Media via

adverteren@dagennacht.nl

