

Evaluatie Facebookcampagne Dorpsdialoog

Van donderdag 13 november tot en met dinsdag 20 november heeft de Facebookcampagne gelopen voor de informatieavond Dorpsdialoog. Het doel van deze campagne was om inwoners van Voorschoten te attenderen op deze avond en uit te nodigen om ook te komen. De advertentie mocht maximaal 2x aan dezelfde persoon getoond worden om overkill/irritatie te voorkomen.

Bereik van het facebookbericht

De campagne voor de dorpsdialoog is uitstekend verlopen. De campagne heeft in totaal 5400 personen bereikt. Daarvan hebben we 4710 personen bereikt door middel van de advertentie. De overige 690 zijn op een organische manier bereikt. Dat wil zeggen, niet door middel van de advertentie maar doordat mensen de gemeentelijke facebookpagina leuk vinden en daardoor het bericht te zien krijgen. Er klikte 124 personen door naar de aanmeldpagina. Daarnaast zijn er 22 reacties en 36 likes geplaatst op de campagne. Het facebookbericht is het meest bekeken op een mobiele telefoon. Dit komt overeen met de landelijke trend 'mobile first'.

Bereik per leeftijdscategorie

Het bereik van de advertentie is ook op te splitsen per leeftijdscategorie. Dat ziet er als volgt uit:

Leeftijdscategorie	Aantal klikken	Aantal weergaven	Bereik
18 – 24	2	78	51
25 – 34	60	1082	536
35 – 44	115	2746	941
45 – 54	239	4672	1375
55 – 64	166	3608	1009
65+	145	2630	798

- Weergave: Een weergave wordt berekend als het aantal keer dat een exemplaar van een advertentie voor het eerst is weergegeven.
- Bereik: Het aantal mensen dat je advertenties ten minste één keer heeft gezien. Bereik verschilt van weergaven, die meerdere weergaven van je advertenties door dezelfde personen kunnen omvatten. Bereik biedt een maatstaf voor hoeveel mensen je boodschap tijdens een advertentiecampagne heeft bereikt.
- Klikken: aantal klikken op links en klikken op andere gedeelten van je advertentie (bijvoorbeeld wanneer iemand op je paginanaam klikt).

Evaluatie livestream Dorpsdialoog

Op dinsdagavond 20 november is de Dorpsdialoog live gestreamd op de gemeentelijke Facebookpagina. De stream bestond uit twee delen. Het eerste plenaire gedeelte van de avond met de presentatie van onderzoeksbureau Blaauwberg. En het tweede deel

besloeg de conclusie van de avond en de toelichting op het verdere verloop van het proces. De tafeldiscussie is niet uitgezonden op Facebook omdat dit voor de kijker thuis geen toegevoegd interactief component had.

Bereik van de livestream / video

De video heeft in totaal 2600 mensen bereikt. Hiervan hebben we 1600 mensen bereikt via de betaalde video die na afloop is gepromoot op de gemeentelijke facebookpagina. De overige 1000 hebben we bereikt op een organische manier. Dat wil zeggen, niet door middel van de advertentie maar doordat mensen de gemeentelijke facebookpagina leuk vinden en daardoor de video zien. De video heeft 1547 unieke kijkers getrokken. Dat wil zeggen mensen die de video slechts éénmaal bekeken hebben. Er zijn dus ongeveer 1.000 mensen geweest die de video, of delen ervan, meerdere keren bekeken hebben.

Met bereik bedoelen we mensen die de video of een deel van de video gezien hebben. Deze mensen hoeven de video niet in zijn geheel te bekijken om te behoren tot bereikte mensen. Het kunnen dus ook zeer korte weergaves zijn. Helaas geeft Facebook geen verdere verdieping in de kijktijd.

Bereik per leeftijdscategorie

Het bereik van de video is ook te splitsen per leeftijdscategorie. Dat ziet er zo uit:

Leeftijdscategorie	Bereik
18 – 24	46
25 – 34	499
35 – 44	787
45 – 54	507
55 – 64	342
65+	392

Conclusie

Zowel de campagne als de livestream zijn succesvol geweest. De campagne heeft prima gescoord. Het aantal kijkers naar de livestream is in lijn met het landelijk gemiddelde. De meest betrokken doelgroep bij deze campagne had een leeftijd van 45 jaar of ouder. De advertenties zijn ingezet op 18 jaar en ouder. Gezien het onderwerp kunnen we stellen dat volwassenen (35 +) zich meer betrokken voelen bij het onderwerp. Kijken we naar het geslacht dan zien we dat de vrouwelijke doelgroep zich het meest betrokken voelde bij de campagne. In het algemeen zien we dat voor veel gemeentelijke thema's op social media de vrouwen beter bereikt en betrokken worden.

We kunnen hieruit afleiden dat Facebook een jongere groep inwoners trekt, ook voor dit onderwerp. Namelijk tussen de 25 en 44 jaar. Dat is een andere afspiegeling dan de aanwezigheid op de avond zelf. Ons doel om een jongere doelgroep via Facebook te bereiken is hiermee geslaagd.



Facebookcampagne Dorpsdialoog



ADVERTENTIE

LIVE STREAM



182

BETROKKENHEIDSACTIES

NAAR AANLEIDING VAN DE ADVERTENTIE



30

BETROKKENHEIDSACTIES

NAAR AANLEIDING VAN DE LIVE STREAM

Leeftijdsgroep tussen de 35 - 64 het meest betrokken bij het onderwerp
Vrouwelijke doelgroep het meest betrokken bij de campagne

powered by

 PIKTOCHART