Bijlage bij de schriftelijke vraag “Vlaamse overheid - Betaalde advertenties op sociale media”

Inhoud

[**1.** **Geert Bourgeois, Minister-president van de Vlaamse Regering, Vlaams minister van Buitenlands Beleid en Onroerend Erfgoed** 4](#_Toc515635044)

[Departement/agentschap: **Agentschap Onroerend Erfgoed** 4](#_Toc515635045)

[**2.** **Hilde Crevits, Viceminister-president van de Vlaamse Regering Vlaams minister van Onderwijs** 7](#_Toc515635046)

[Departement/agentschap: **Departement Onderwijs en Vorming** 7](#_Toc515635047)

[**3.** **Bart Tommelein, Viceminister-president van de Vlaamse Regering, Vlaams minister van Begroting, Financiën en Energie** 18](#_Toc515635048)

[Departement/agentschap: **Vlaams Energieagentschap** 18](#_Toc515635049)

[**4.** **Liesbeth Homans, Viceminister-president van de Vlaamse Regering, Vlaams minister van Binnenlands Bestuur, Inburgering, Wonen, Gelijke Kansen en Armoedebestrijding** 20](#_Toc515635050)

[Departement/agentschap: **Agentschap Integratie en Inburgering** 20](#_Toc515635051)

[Departement/agentschap: **Agentschap Binnenlands Bestuur** 29](#_Toc515635052)

[Departement/agentschap: **Agentschap Overheidspersoneel** 30](#_Toc515635053)

[Departement/agentschap: **Agentschap Overheidspersoneel** 31](#_Toc515635054)

[Departement/agentschap: **Agentschap Informatie Vlaanderen** 33](#_Toc515635055)

[Departement/agentschap: **Het Facilitair Bedrijf** 36](#_Toc515635056)

[Departement/agentschap: **Departement Werk en Sociale Economie** 37](#_Toc515635057)

[**5.** **Ben Weyts Vlaams minister van Mobiliteit, Openbare Werken, Vlaamse Rand, Toerisme en Dierenwelzijn** 43](#_Toc515635058)

[Departement/agentschap: **Departement Mobiliteit en Openbare Werken** 43](#_Toc515635059)

[Departement/agentschap: **De Vlaamse Waterweg nv** 45](#_Toc515635060)

[Departement/agentschap: **VVM De Lijn** 46](#_Toc515635061)

[Departement/agentschap: **Agentschap** **Wegen en Verkeer** 60](#_Toc515635062)

[Departement/agentschap: **vzw de Rand** 62](#_Toc515635063)

[Departement/agentschap: **Toerisme Vlaanderen** 71](#_Toc515635064)

[Departement/agentschap: **Departement Omgeving** 87](#_Toc515635065)

[**6.** **Jo Vandeurzen Vlaams minister van Welzijn, Volksgezondheid en Gezin** 88](#_Toc515635066)

[Departement/agentschap: **Departement Welzijn, Volksgezondheid en Gezin** 88](#_Toc515635067)

[Departement/agentschap: **Kind & Gezin** 92](#_Toc515635068)

[Departement/agentschap: **Agentschap Vlaamse sociale bescherming** 93](#_Toc515635069)

[**7.** **Philippe Muyters Vlaams minister van Werk, Economie, Innovatie en Sport** 98](#_Toc515635070)

[Departement/agentschap: **Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling en Beroepsopleiding (VDAB)** 98](#_Toc515635071)

[Departement/agentschap: **Syntra Vlaanderen** 100](#_Toc515635072)

[Departement/agentschap: **Fonds Wetenschappelijk Onderzoek – Vlaanderen** 102](#_Toc515635073)

[Departement/agentschap: **Agentschap Plantentuin Meise** 104](#_Toc515635074)

[Departement/agentschap: **Participatiemaatschappij Vlaanderen** 105](#_Toc515635075)

[Departement/agentschap: **Agentschap Innoveren & Ondernemen (VLAIO)** 106](#_Toc515635076)

[Departement/agentschap: **Agentschap Sport Vlaanderen** 110](#_Toc515635077)

[**8.** **Joke Schauvliege Vlaams minister van Omgeving, Natuur en Landbouw** 113](#_Toc515635078)

[Departement/agentschap: **Departement Omgeving** 113](#_Toc515635079)

[Departement/agentschap: **Openbare Vlaamse Afvalstoffenmaatschappij** 114](#_Toc515635080)

[Departement/agentschap: **De Watergroep** 121](#_Toc515635081)

[Departement/agentschap: **Vlaamse Landmaatschappij** 125](#_Toc515635082)

[Departement/agentschap: **Vlaamse Milieumaatschappij** 127](#_Toc515635083)

[Departement/agentschap: **Agentschap voor Natuur en Bos** 130](#_Toc515635084)

[Departement/agentschap: **Vlaams Centrum voor Agro- & Visserijmarketing (VLAM)** 134](#_Toc515635085)

[**9.** **Sven Gatz Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel** 171](#_Toc515635086)

[Departement/agentschap: **Departement Cultuur, Jeugd en Media** 171](#_Toc515635087)

[Departement/agentschap: **Vlaamse Regulator voor de Media** 174](#_Toc515635088)

[Departement/agentschap: **Muntpunt** 175](#_Toc515635089)

# **Geert Bourgeois, Minister-president van de Vlaamse Regering, Vlaams minister van Buitenlands Beleid en Onroerend Erfgoed**

Bevoegdheid: Onroerend Erfgoed

Beleidsdomein: Omgeving (OMG)

## Departement/agentschap: **Agentschap Onroerend Erfgoed**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@onroerenderfgoed** |
| Inhoud van de advertentie | Onroerenderfgoedprijs 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Inschrijving voor de Onroerenderfgoedprijs 2017 promoten |
| Meetbaar effect? | 20.004 bereikte personen, 480 uitingen, reacties en delingen |
| Tijdsperiode | 14 december 2016 – 23 december 2016 |
| Kostprijs | 70 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@onroerenderfgoed** |
| Inhoud van de advertentie | Onroerenderfgoedprijs 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Inschrijving voor de Onroerenderfgoedprijs 2017 promoten |
| Meetbaar effect? | 28.026 bereikte personen, 13.946 videoweergaven |
| Tijdsperiode | 23 januari 2017 – 23 februari 2017 |
| Kostprijs | 105 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@onroerenderfgoed** |
| Inhoud van de advertentie | Meesterproef Erfgoed en herbestemming |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Inschrijving voor de Meesterproef promoten |
| Meetbaar effect? | 5.109 bereikte personen, 143 uitingen, reacties en delingen |
| Tijdsperiode | 6 maart 2017 – 12 maart 2017 |
| Kostprijs | 30 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@onroerenderfgoed** |
| Inhoud van de advertentie | Jury Onroerenderfgoedprijs 2018 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Sollicitatie als jurylid stimuleren |
| Meetbaar effect? | 9.676 bereikte personen, 588 uitingen, reacties en delingen |
| Tijdsperiode | 14 november 2017 – 1 december 2017 |
| Kostprijs | 50 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@onroerenderfgoed** |
| Inhoud van de advertentie | Onroerenderfgoedprijs 2018 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Inschrijving voor de Onroerenderfgoedprijs 2018 promoten |
| Meetbaar effect? | 8.733 bereikte personen, 207 uitingen, reacties en delingen |
| Tijdsperiode | 4 januari 2018 – 21 januari 2018 |
| Kostprijs | 50 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@onroerenderfgoed** |
| Inhoud van de advertentie | Onroerenderfgoedprijs 2018 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Inschrijving voor de Onroerenderfgoedprijs 2018 promoten |
| Meetbaar effect? | 1.118 bereikte personen, 23 uitingen, reacties en delingen |
| Tijdsperiode | 28 februari 2018 – 1 maart 2018 |
| Kostprijs | 5 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Werpt zeker zijn vruchten af, de kosten/baten analyse is positief.

# **Hilde Crevits, Viceminister-president van de Vlaamse Regering Vlaams minister van Onderwijs**

Bevoegdheid: Onderwijs en Vorming

Beleidsdomein: Onderwijs en Vorming (OV)

## Departement/agentschap: **Departement Onderwijs en Vorming**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Onderwijs Vlaanderen** |
| Inhoud van de advertentie | Oproep om naar Studie-Informatiedagen te komen |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: meer publiek naar evenement krijgen |
| Meetbaar effect? | Meer bereik van de online infopagina |
| Tijdsperiode | Één maand |
| Kostprijs | 350 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **KlasCement** |
| Inhoud van de advertentie | Nieuwe website voor kleuters |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Meer bezoekers op website |
| Tijdsperiode | Drietal weken |
| Kostprijs | 50 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Cultuurkuur** |
| Inhoud van de advertentie | Gebruikersbevraging Cultuurkuur (ism Publiq) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: gebruikersbevraging promoten |
| Meetbaar effect? | 48 kliks naar de gebruikersbevraging |
| Tijdsperiode | 20/10/2017-27/10-2017 |
| Kostprijs | 20 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Cultuurkuur** |
| Inhoud van de advertentie | Win een workshop van Cultuurkuur (ism Publiq) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 578 unieke paginaweergaven naar Cultuurkuur;  18.596 bereik |
| Tijdsperiode | 28/11/2017-4/12/2017 |
| Kostprijs | 100 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Cultuurkuur** |
| Inhoud van de advertentie | DynamoPROJECT indienen tot en met 15 mei. Krijg subsidies tot 2000 euro (ism Publiq) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: promotie van de subsidieaanvragen |
| Meetbaar effect? | 3.276 videoweergaven;  38 bezoeken aan de subsidiepagina’s vanop facebook;  110 ingediende projecten |
| Tijdsperiode | 30/03/2018-30/04/2018 |
| Kostprijs | 100 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Download Klasse Maandkalender leraren |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | post-engagement 2.208 |
| Tijdsperiode | 22 – 28/08/2016 |
| Kostprijs | 121 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie Klasse Magazine september 2016 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen abonnementen Klasse Magazine |
| Meetbaar effect? | Post-engagement: 14.347 |
| Tijdsperiode | 29-30/08/2016 |
| Kostprijs | 24,2 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie nieuwsbrief ouders |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen abonnees nieuwsbrief |
| Meetbaar effect? | 163 link-clicks |
| Tijdsperiode | 29-30/09/2016 |
| Kostprijs | 60,5 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Bekendmaking Dag van de Leraar bij ouders |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen |
| Meetbaar effect? | Post-engagement: 486 |
| Tijdsperiode | 04/10/2016 |
| Kostprijs | 30,25 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie Klasse Magazine - testing |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen abonnementen Klasse Magazine |
| Meetbaar effect? | 15 link-clicks |
| Tijdsperiode | 13-16/10/2016 |
| Kostprijs | 78,3838 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie Klasse Magazine - testing |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen abonnementen Klasse Magazine |
| Meetbaar effect? | 768 link-clicks |
| Tijdsperiode | 14-18/10/2016 |
| Kostprijs | 96,7758 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie Klasse Magazine |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen abonnementen Klasse Magazine |
| Meetbaar effect? | 627 link-clicks |
| Tijdsperiode | 18-25/10/2016 |
| Kostprijs | 102,0635 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie Klasse Magazine |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen abonnementen Klasse Magazine |
| Meetbaar effect? | 301 link clicks |
| Tijdsperiode | 20 – 31/10/2016 |
| Kostprijs | 47,8676 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie Klasse Magazine |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen abonnementen Klasse Magazine |
| Meetbaar effect? | 12 link clicks |
| Tijdsperiode | 24 – 31/10/2016 |
| Kostprijs | 6,9212 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie Klasse Magazine |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen abonnementen Klasse Magazine |
| Meetbaar effect? | 225 link clicks |
| Tijdsperiode | 24 – 31/10/2016 |
| Kostprijs | 51,7275 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie Klasse Magazine |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen abonnementen Klasse Magazine |
| Meetbaar effect? | 248 link clicks |
| Tijdsperiode | 24 – 31/10/2016 |
| Kostprijs | 51,6549 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Vacature PHP Developer |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: bereik bij doelgroep die niet de doelgroep is van de Klasse-account (ict-ers, developpers) |
| Meetbaar effect? | 196 link clicks |
| Tijdsperiode | 23/12/2016 – 11/01/2017 |
| Kostprijs | 180,2779 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Haal je Lerarenkaart op - januari |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 1.026 link-clicks |
| Tijdsperiode | 03-06/01/2017 |
| Kostprijs | 121 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Haal je Lerarenkaart op - januari bis |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 799 link-clicks |
| Tijdsperiode | 07-11/01/2017 |
| Kostprijs | 121 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Awareness Klasse Magazine maart ligt in je bus/lerarenkamer |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 186 link clicks |
| Tijdsperiode | 07-10/02/2017 |
| Kostprijs | 60,5 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Awareness Klasse Magazine maart bis |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 328 link-clicks |
| Tijdsperiode | 23-31/03/2017 |
| Kostprijs | 120,8911 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Nomineer jouw Leraar van het Jaar - Leerlingen |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: bereik bij doelgroep die niet de doelgroep is van onze de Klasse-account (leerlingen) |
| Meetbaar effect? | 777 link-clicks |
| Tijdsperiode | 27/03 – 05/04/2017 |
| Kostprijs | 84,6637 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie Klasse Magazine mei |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen abonnementen Klasse Magazine |
| Meetbaar effect? | 86 link-clicks |
| Tijdsperiode | 05-06/05/2017 |
| Kostprijs | 72,6 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Vacature coördinator Lerarenkaart |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 2.099 link-clicks |
| Tijdsperiode | 01-07/06/2017 |
| Kostprijs | 121 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Awareness Klasse Magazine juni ligt in je bus/lerarenkamer |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 54.906 reach |
| Tijdsperiode | 09-15/06/2017 |
| Kostprijs | 121 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Haal je Lerarenkaart op - juni |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 39.504 reach |
| Tijdsperiode | 23/06-07/07/2017 |
| Kostprijs | 121 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie Klasse Magazine - juli |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen abonnementen Klasse Magazine |
| Meetbaar effect? | 540 link-clicks |
| Tijdsperiode | 04-09/07/2017 |
| Kostprijs | 121 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Awareness Klasse magazine september ligt in je bus/lerarenkamer |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 529 link-clicks |
| Tijdsperiode | 29-31/08/2017 |
| Kostprijs | 121 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Vacature grafisch vormgever |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: bereik bij doelgroep die niet de doelgroep is van onze de Klasse-account (grafisch vormgevers) |
| Meetbaar effect? | 1.031 link-clicks |
| Tijdsperiode | 07/09-22/10/2017 |
| Kostprijs | 164,2454 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie Klasse magazine |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen abonnementen Klasse Magazine |
| Meetbaar effect? | 897 link-clicks |
| Tijdsperiode | 18-30/10/2017 |
| Kostprijs | 181,5 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie Klasse magazine – laatste kans |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen abonnementen Klasse Magazine |
| Meetbaar effect? | 266 link-clicks |
| Tijdsperiode | 31/10/2017 |
| Kostprijs | 121 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Bekendmaking evenement Vrijdag Magdag |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: bereik bij doelgroep die niet de doelgroep is van onze de Klasse-account (grafisch vormgevers) |
| Meetbaar effect? | 42.779 reach |
| Tijdsperiode | 29/01 -23/02/2018 |
| Kostprijs | 242 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Awareness Klasse Magazine december ligt in je bus/lerarenkamer |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere |
| Meetbaar effect? | 461 link-clicks |
| Tijdsperiode | 07-12/02/2018 |
| Kostprijs | 242 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Pormotie Facebook live |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: bereik bij doelgroep die niet de doelgroep is van onze de Klasse-account (grafisch vormgevers) |
| Meetbaar effect | 41.022 reach |
| Tijdsperiode | 09/02-21/02/2018 |
| Kostprijs | 242 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie e-book crisiscommunicatie |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: bereik specifieke doelgroep directeurs |
| Meetbaar effect? | 3 link-clicks |
| Tijdsperiode | 20/03-06/04/2018 |
| Kostprijs | 8,6152 € incl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Klasse** |
| Inhoud van de advertentie | Campagne Leraar van het Jaar 2018 – nomineer! (ism Mindshare) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: bereik bij doelgroep die niet de doelgroep is van de Klasse-account (jongeren/ouders) |
| Meetbaar effect? | 5.313 link-clicks |
| Tijdsperiode | 21/03-07/04/2018 |
| Kostprijs | 4.347,53 € incl. btw |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

De afdeling Communicatie van het departement Onderwijs en Vorming gaat zeer bewust om met Facebook advertenties.

Ze gebruikt Facebookadvertenties in volgende gevallen:

* Om een doelgroep te bereiken die niet in haar vaste kanalen zit
* Ter promotie van eigen kanalen, om de gebruiker vervolgens in 'owned media' te bedienen en dus geen Facebook advertenties meer nodig te hebben.
* Bij grote campagnes of acties die een extra duw in de rug nodig hebben, bijvoorbeeld afhaling van de Lerarenkaart, deadline van Dynamo-projecten en uitnodiging voor Sid-Ins.

Ik vind het goed dat de afdeling Communicatie op een doordachte manier gebruik maakt van nieuwe vormen van communicatie. De strategie en het beleid van de afdeling Communicatie voor dit medium is nog groeiend en zal gezien de aard van het medium, ook steeds in beweging blijven.

# **Bart Tommelein, Viceminister-president van de Vlaamse Regering, Vlaams minister van Begroting, Financiën en Energie**

Bevoegdheid: Energie

Beleidsdomein: Omgeving (OMG)

## Departement/agentschap: **Vlaams Energieagentschap**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Energiewijs** |
| Inhoud van de advertentie | Bekendmaking game energiewijs |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | ja |
| Tijdsperiode | Juni + december 2017 |
| Kostprijs (excl. BTW) | 1.346,15 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Isolatiedag** |
| Inhoud van de advertentie | Bekendmaking game isolatiedag 22/11 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | ja |
| Tijdsperiode | november 2017 |
| Kostprijs (excl. BTW ) | 1.000 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Stroomversnellers.be** |
| Inhoud van de advertentie | Bekendmaking stroomversneller.be – nomineer een dak |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | ja |
| Tijdsperiode | Feb-maart 2018 |
| Kostprijs (excl. BTW) | 6.956,52 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **energiesparen.be** |
| Inhoud van de advertentie | Zonnekaart: hoe geschikt is uw dak voor zonne-energie? |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | ja |
| Tijdsperiode | Maart-april 2018 |
| Kostprijs | 2.750 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

We moeten als overheid mee met onze tijd. Vooral jongeren bereik je steeds moeilijker met klassieke advertenties in kranten of op televisie. Mediacampagnes vanuit de Vlaamse overheid mikken dus best ook op sociale media. De campagne ‘Nomineer een dak’ van het Vlaams Energie Agentschap had alvast een online gedeelte.

# **Liesbeth Homans, Viceminister-president van de Vlaamse Regering, Vlaams minister van Binnenlands Bestuur, Inburgering, Wonen, Gelijke Kansen en Armoedebestrijding**

Bevoegdheid: Inburgering

Beleidsdomein: Kanselarij en Bestuur (KB)

## Departement/agentschap: **Agentschap Integratie en Inburgering**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Agentschap Integratie en Inburgering – regio Antwerpen** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Portugees |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Portugees |
| Meetbaar effect? | 2.950 weergaven |
| Tijdsperiode | 24/08-29/08 2016 |
| Kostprijs | 5 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Agentschap Integratie en Inburgering – regio Antwerpen** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Pools |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Pools |
| Meetbaar effect? | 1.831 weergaven |
| Tijdsperiode | 24/08-29/08 2016 |
| Kostprijs | 5 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Agentschap Integratie en Inburgering – regio Antwerpen** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Roemeens |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Roemeens |
| Meetbaar effect? | 5.002 weergaven |
| Tijdsperiode | 24/08-29/08 2016 |
| Kostprijs | 10 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Agentschap Integratie en Inburgering – regio Oost-Vlaanderen** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Hongaars, Pools, Roemeens |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Hongaars, Pools, Roemeens |
| Meetbaar effect? | Aantal weergaven |
| Tijdsperiode | januari 2017 |
| Kostprijs | 39,89 € (3 advertenties) |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Agentschap Integratie en Inburgering – regio Antwerpen** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie infoavond NL leren en inburgering |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie infoavond NL leren en inburgering |
| Meetbaar effect? | 2.513 weergaven |
| Tijdsperiode | 05/01/2017 – 06/01/2017 |
| Kostprijs | 5 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Agentschap Integratie en Inburgering – regio Antwerpen** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Arabisch |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Arabisch |
| Meetbaar effect? | 2.636 weergaven |
| Tijdsperiode | 31/07/2017 – 05/08/2017 |
| Kostprijs | 4,99 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Agentschap Integratie en Inburgering – regio Oost-Vlaanderen** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Italiaans |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Italiaans |
| Meetbaar effect? | Aantal weergaven |
| Tijdsperiode | juli 2017 |
| Kostprijs | 95 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Agentschap Integratie en Inburgering – regio Oost-Vlaanderen** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Russisch |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Russisch |
| Meetbaar effect? | Aantal weergaven |
| Tijdsperiode | juli 2017 |
| Kostprijs | 95 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Agentschap Integratie en Inburgering – regio Oost-Vlaanderen** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Portugees |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Portugees |
| Meetbaar effect? | Aantal weergaven |
| Tijdsperiode | juli 2017 |
| Kostprijs | 93 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Agentschap Integratie en Inburgering – regio Antwerpen** |
| Inhoud van de advertentie | Werving van potentiële inburgeraars voor lessen maatschappelijke oriëntatie Portugees |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Werving van potentiële inburgeraars voor lessen maatschappelijke oriëntatie Portugees |
| Meetbaar effect? | 2.777 weergaven |
| Tijdsperiode | 02/08/2017- 07/08/2017 |
| Kostprijs | 4,99 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Agentschap Integratie en Inburgering – regio Oost-Vlaanderen** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Italiaans |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Italiaans |
| Meetbaar effect? | Aantal weergaven |
| Tijdsperiode | augustus 2017 |
| Kostprijs | 87 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Agentschap Integratie en Inburgering – regio Antwerpen** |
| Inhoud van de advertentie | Werving van potentiële inburgeraars voor lessen maatschappelijke oriëntatie Pools |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Werving van potentiële inburgeraars voor lessen maatschappelijke oriëntatie Pools |
| Meetbaar effect? | 2.905 weergaven/28 klikken op links |
| Tijdsperiode | 27/09/2017-02/10/2017 |
| Kostprijs, | 4,99 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Agentschap Integratie en Inburgering – regio Oost-Vlaanderen** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Pools |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Pools |
| Meetbaar effect? | Aantal weergaven |
| Tijdsperiode | 1 week oktober 2017 |
| Kostprijs | 21 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Agentschap Integratie en Inburgering – regio Oost-Vlaanderen** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Tamazight |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie lessen maatschappelijke oriëntatie Tamazight |
| Meetbaar effect? | Aantal weergaven |
| Tijdsperiode | 1 week oktober 2017 |
| Kostprijs | 21 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Agentschap Integratie & Inburgering/brussel** |
| Inhoud van de advertentie | Werving van potentiële inburgeraars voor lessen maatschappelijke oriëntatie Pools |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Werving van potentiële inburgeraars voor lessen maatschappelijke oriëntatie Pools |
| Meetbaar effect? | 8 geregistreerde contactopnames n.a.v. Facebook/Instagram-ads |
| Tijdsperiode | 19/10/2017 – 31/10/2017 |
| Kostprijs | 12,33 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Agentschap Integratie & Inburgering/brussel** |
| Inhoud van de advertentie | Werving van potentiële inburgeraars voor lessen maatschappelijke oriëntatie (Pools, Russisch, Farsi, Arabisch, Spaans, Frans, Engels) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Werving van potentiële inburgeraars voor lessen maatschappelijke oriëntatie (Pools, Russisch, Farsi, Arabisch, Spaans, Frans, Engels) |
| Meetbaar effect? | 26 geregistreerde contactopnames n.a.v. Facebook/Instagram-ads |
| Tijdsperiode | 29/11/2017 –11/12/2017 |
| Kostprijs | 63,41 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

We zien Facebook als een van de bruikbare kanalen om inburgeraars en anderstaligen te bereiken, omdat:

* ze aanwezig zijn op dit platform, en niet altijd makkelijk te bereiken zijn via andere kanalen;
* je de doelgroep heel gericht kan afbakenen, zowel wat taal als geografische zone betreft;
* je kort op de bal kan spelen (korte productietijd, snel stopzetten indien gewenst, …)
* het sociaal aspect een multiplicator-effect kan hebben: men kan onze boodschappen ook nog eens delen binnen de eigen gemeenschap.

Bevoegdheid: Gelijke Kansen

Beleidsdomein: Kanselarij en Bestuur (KB)

## Departement/agentschap: **Agentschap Binnenlands Bestuur**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | https://www.facebook.com/zituhiervoorietstussen |
| Inhoud van de advertentie | Anti-discriminatie campagne ‘zit u hier voor iets tussen’.  Meer info hier: <https://www.billiebonkers.be/portfolio/detail/zit-u-hier-voor-iets-tussen> |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Zie sv. 300 |
| Tijdsperiode | 16/05/17 – 9/06/17 |
| Kostprijs | 625€ |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Ja, het grote bereik en de lage kostprijs vergeleken met andere media maken dit medium aantrekkelijk.

Bevoegdheid: Diversiteitsbeleid

Beleidsdomein: Kanselarij en Bestuur (KB)

## Departement/agentschap: **Agentschap Overheidspersoneel**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Dienst Diversiteitsbeleid, Vlaamse overheid** |
| Inhoud van de advertentie | Oproep om voor de Vlaamse overheid te solliciteren (Vlaamse overheid profileren als diverse werkgever, ongeacht geslacht, gender, afkomst, leeftijd, geaardheid, handicap of chronische ziekte) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Ja, zeer goede Click Through Rate (1,2%) |
| Tijdsperiode | 1 maand |
| Kostprijs | 4.999,65 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Ja. Op vlak van diversiteitsbeleid zullen de sociale media cruciaal zijn om meer diversiteit op vlak van leeftijd, genderidentiteit, herkomst,… te brengen in het personeelsbestand van de Vlaamse overheid.

Bevoegdheid: Bestuurszaken

Beleidsdomein: Kanselarij en Bestuur (KB)

## Departement/agentschap: **Agentschap Overheidspersoneel**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vlaamse overheid** |
| Inhoud van de advertentie | Jobadvertentie ter promotie van de functie van applicatiebeheerder niveau C & niveau B bij de juiste doelgroep (specifieke targeting) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Ja, via rapporten Mindshare & via Google Analytics |
| Tijdsperiode | December 2016 & januari 2018 |
| Kostprijs | 2.090,88 € (campagne 1) + 4.129,49 € (campagne 2), telkens inclusief BTW |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vlaamse overheid** |
| Inhoud van de advertentie | Jobadvertentie ter promotie van de functie projectleider en projectleider HR bij de juiste doelgroep (specifieke targeting) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Ja, via rapporten Mindshare & via Google Analytics |
| Tijdsperiode | Januari en mei 2017 |
| Kostprijs | Telkens 328,15 € inclusief BTW |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vlaamse overheid** |
| Inhoud van de advertentie | Jobadvertentie ter promotie van een topfunctie (secretaris-generaal buitenlandse zaken) specifiek bij vrouwen (in kader van streefcijfers diversiteit) – incl. doorplaatsing op Instagram |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Ja, via rapporten Mindshare & via Google Analytics |
| Tijdsperiode | Maart 2018 |
| Kostprijs | Telkens 470,45 € inclusief BTW |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vlaamse overheid** |
| Inhoud van de advertentie | Advertenties ter promotie van werken bij de Vlaamse overheid |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Moet nog gelanceerd worden |
| Tijdsperiode | Juni of september 2018 |
| Kostprijs | 4.347,82 € inclusief BTW |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Ja. Op vlak van arbeidsmarktcommunicatie kunnen advertenties via social media nuttig zijn om bepaalde functies en openstaande vacatures extra onder de aandacht te brengen bij het doelpubliek.

Bevoegdheid: Bestuurszaken / informatiebeleid

Beleidsdomein: Kanselarij en Bestuur (KB)

## Departement/agentschap: **Agentschap Informatie Vlaanderen**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **vlaamseoverheid** |
| Inhoud van de advertentie | Ontdek wat de Vlaamse overheid voor jou kan betekenen. |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 284 nieuwe volgers |
| Tijdsperiode | 26/10/2017-31/10/2017 |
| Kostprijs | 49,84 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vlaamseoverheid** |
| Inhoud van de advertentie | Ontdek wat de Vlaamse overheid voor jou kan betekenen. |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 90 nieuwe volgers |
| Tijdsperiode | 08/11/2017-13/11/2017 |
| Kostprijs | 24,75 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vlaamseoverheid** |
| Inhoud van de advertentie | Ontdek wat de Vlaamse overheid voor jou kan betekenen. |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 503 nieuwe volgers |
| Tijdsperiode | 15/11/2017-30/11/2017 |
| Kostprijs | 76,60 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vlaamseoverheid** |
| Inhoud van de advertentie | Ontdek wat de Vlaamse overheid voor jou kan betekenen. |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 289 nieuwe volgers |
| Tijdsperiode | 05/12/2017-20/12/2017 |
| Kostprijs | 76,65 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vlaamseoverheid** |
| Inhoud van de advertentie | Ontdek wat de Vlaamse overheid voor jou kan betekenen. |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 199 nieuwe volgers |
| Tijdsperiode | 22/12/2017-31/12/2017 |
| Kostprijs | 56,42 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vlaamseoverheid** |
| Inhoud van de advertentie | Ontdek wat de Vlaamse overheid voor jou kan betekenen. |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 561 nieuwe volgers |
| Tijdsperiode | 26/01/2018-31/01/2018 |
| Kostprijs | 133,26 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Uit de evaluaties van de campagnes (zie meetbaar effect) blijkt telkens dat de ingezette sociale mediakanalen een kosten-efficiënt middel zijn om onze doelgroepen (burgers en ambtenaren) te bereiken. Voordeel daarbij is dat er zeer specifiek getarget kan worden in functie van de doelgroep (leeftijd, interesses, etc.). Het is dus zeker een interessant kanaal om in de mediamix op te nemen. Ook in de toekomst zullen we dit op een meer structurele wijze deel laten uitmaken van onze multikanalenaanpak.

Het Agentschap Informatie Vlaanderen werkt momenteel aan een strategisch communicatie- en marketingplan. Vanzelfsprekend zal een uitdrukkelijke aanwezigheid op sociale media daarin een vooraanstaande plaats innemen. De kans is reëel dat daar advertenties op bepaalde kanalen bijhoren. Of dat het geval is en zo ja, via welke kanalen, moet in de toekomst nog uitgeklaard worden bij de verdere uitrol van het strategisch plan in concrete actieplannen.

Merk op: Zorg en Gezondheid en AgO gebruikten ook de Facebookpagina van de Vlaamse overheid om campagne te voeren (zie verder bij de bevoegde ministers).

Bevoegdheid: Bestuurszaken

Beleidsdomein: Kanselarij en Bestuur (KB)

## Departement/agentschap: **Het Facilitair Bedrijf**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Abp – Vlaamse overheid** |
| Inhoud van de advertentie | Advertentie was bedoeld om de bouwprojecten van het agentschap te promoten bij de doelgroep (aannemers, architecten,…) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: meer inschrijvers genereren op aanbestedingen |
| Meetbaar effect? | 650 (van de 46.954 bereikte personen) klikten door op de advertentie |
| Tijdsperiode | 30 juni tot 7 juli 2017 |
| Kostprijs | 314,96 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

De actie voor de afdeling Bouwprojecten was vrij beperkt en dus met een beperkte impact. In de toekomst wordt voor de Facebook pagina waarschijnlijk nog gebruik gemaakt van betaalde advertenties (hierover is nog geen beslissing genomen).

Bevoegdheid: Sociale Economie

Beleidsdomein: Werk en Sociale Economie (WSE)

## Departement/agentschap: **Departement Werk en Sociale Economie**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Accountnaam | | **Sociale economie** | | |
| Tijdsperiode | | Telkens 1 week (tenzij anders aangegeven) | | |
| Kostprijs | | Telkens €15 (tenzij anders aangegeven) | | |
|  | Inhoud van de advertentie | | Doel | Meetbaar effect? |
| 27/3/2018 | Vernieuwde Vlaamse obligaties | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 57 clicks op link (naar website)  3.324 bereikte personen |
| 27/3/2018 | Sociaal restaurant werkt met Dierendonck | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 33 clicks op link (naar website)  3.802 bereikte personen |
| 26/3/2018 | Sociaal ondernemen in Antwerpen | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 11 clicks op link (naar website)  1.368 bereikte personen |
| 26/3/2018 | Talent herkennen & ontwikkelen (TMA / inclusief jobdesign) | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 22 clicks op link (naar website)  1.791 bereikte personen |
| 13/3/2018 | Pop-up sociale economie | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 87 clicks op link (naar website)  6.067 bereikte personen |
| 8/3/2018 | ‘t Veer verkent zorgsector | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 29 clicks op link (naar website)  2.831 bereikte personen |
| 4/3/2018 | De Biehal – interview (film) | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 2 clicks op link (naar website)  1.946 bereikte personen |
| 3/3/2018 | Mariasteen | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 12 clicks op link (naar website)  1.339 bereikte personen |
| 22/2/2018 | Pro Natura wordt 25 | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 8 clicks op link (naar website)  2.559 bereikte personen |
| 14/2/2018 | Valentijn bij maatwerkbedrijven | | verruimen van het bereik | 4.203 bereikte personen |
| 4/2/2018 | Spoor 2: nieuw gebouw | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 34 clicks op link (naar website)  2.545 bereikte personen |
| 3/2/2018 | Weerwerk in Roeselare | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 110 clicks op link (naar website)  2.971 bereikte personen |
| 30/1/2018 | Opnieuw & Co: achterstallige fietsen | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 26 clicks op link (naar website)  3.122 bereikte personen |
| 27/1/2018 | Bewel: nieuwe zeefdrukmachines | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 33 clicks op link (naar website)  7.036 bereikte personen |
| 21/1/2018 | De Vlasspit & containerpark | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 45 clicks op link (naar website)  4.097 bereikte personen |
| 20/1/2018 | Oude discotheek wordt kringwinkel | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 22 clicks op link (naar website)  3.319 bereikte personen |
| 21/12/2018 | Gids in sociale economie Oost-Vlaanderen | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 22 clicks op link (naar website)  2.566 bereikte personen |
| 20/12/2018 | Sociale economie voor music for life | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 13 clicks op link (naar website)  2.132 bereikte personen |
| 21/12/2017 | Fusieverhaal van AMAB | | verruimen van het bereik | 4.112 bereikte personen |
| 20/12/2017 | Interview Groep Maatwerk (film) | | verruimen van het bereik | 3.010 bereikte personen |
| 6/12/2017 | Eat@12 (AAROVA) | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 11 clicks op link (naar website)  12.995 bereikte personen |
| 28/11/2017 | Onderzoek Antwerp Management School (video) | | verruimen van het bereik | 4.704 bereikte personen |
| 24/11/2017 | Infosessie nieuwe maatwerkregelgeving | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 63 clicks op link (naar website)  2.354 bereikte personen |
| 31/10/2017 | Westlandia vs. Oost-Europa & Azië (video) | | verruimen van het bereik | 7.733 bereikte personen |
| 21/10/2017 | BWB werkt bij Decathlon (video) | | verruimen van het bereik | 5.220 bereikte personen |
| 20/10/2017 | Mariasteen vs. robots | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 46 clicks op link (naar website)  3.211 bereikte personen |
| 18/10/2017 | WAAK – Anziplast (video) | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 39 clicks op link (naar website)  9.205 bereikte personen |
| 16/10/2017 | Dag van de kringwinkel | | verruimen van het bereik | 24.226 bereikte personen |
| 2/10/2017 | Pludis - Blankedale | | verruimen van het bereik | 3.630 bereikte personen |
| 18/9/2017 | Zonnehoeve Production | | verruimen van het bereik | 3.117 bereikte personen |
| 11/9/2017 | Tytgat Chocolat – Andrea Croonenberghs | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 16 clicks op link (naar website)  3.099 bereikte personen |
| 7/9/2017 | Kanaal Z teaser | | verruimen van het bereik | 5.788 bereikte personen |
| 1/9/2017 | Oproepen sociale economie | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 23 clicks op link (naar website)  7.295 bereikte personen |
| 29/8/2017 | Bart Machiels (TWERK) | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 33 clicks op link (naar website)  10.093 bereikte personen |
| 11/8/2017 | Hergebruik (opnieuw & co) | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 32 clicks op link (naar website)  3.001 bereikte personen |
| 10/8/2017 | Subsidies managementadviezen | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 61 clicks op link (naar website)  2.749 bereikte personen |
| 8/8/2017 | Steun maatwerkbedrijven investeringen duurzame mobiliteit | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 25 clicks op link (naar website)  4.487 bereikte personen |
| 8/8/2017 | De Bottelarij - fiets | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 38 clicks op link (naar website)  8.407 bereikte personen |
| 21/7/2017 | Jan Van Roie – Sense (interview video) | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 24 clicks op link (naar website)  9.244 bereikte personen |
| 20/7/2017 | Kringwinkel Ecoso - kampeerspullen | | verruimen van het bereik | 4.365 bereikte personen |
| 17/7/2017 | Agenda 2030 in sociale economie | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 31 clicks op link (naar website)  1.628 bereikte personen |
| 11/7/2017 | IN-Z fruitstreekmuseum | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 13 clicks op link (naar website)  2.734 bereikte personen |
| 29/6/2017 | Dirk Rombaut (Passwerk) – interview video | | verruimen van het bereik | 5.850 bereikte personen |
| 27/6/2017 | Bouwstenen innovatieve arbeidsorganisatie | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 17 clicks op link (naar website)  7.848 bereikte personen |
| 25/6/2017 | Johan Bogaerts (Bewel) – interview video | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 16 clicks op link (naar website)  7.158 bereikte personen |
| 21/6/2017 | Boerderij Mikerf – Houblonesse jenever | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 62 clicks op link (naar website)  2.460 bereikte personen |
| 15/6/2017 | Aanbevelingen over communicatie (output Kingcomm) | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 68 clicks op link (naar website)  2.700 bereikte personen |
| 25/5/2017 | Impulssubsidies Provincie Antwerpen | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 135 clicks op link (naar website)  5.348 bereikte personen |
| 20/5/2017 | Koen De Bock (Opnieuw & Co) - interview | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 14 clicks op link (naar website)  19.494 bereikte personen |
| 6/5/2017 | Dag van de Gever | | verruimen van het bereik | 6.662 bereikte personen |
| 27/4/2017 | CC ‘t Vondel zoekt partner uit sociale economie | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 130 clicks op link (naar website)  4.157 bereikte personen |
| 21/3/2017 | Dag van het Downsyndroom (Romain) | | verruimen van het bereik | 29.990 bereikte personen |
| 19/3/2017 | Zonnehoeve: manager van het jaar | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 192 clicks op link (naar website)  8.156 bereikte personen |
| 8/2/2017 | Fietsotheek | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 36 clicks op link (naar website)  4.880 bereikte personen |
| 28/1/2017 | Blog perceptiepeiling (Provincie Vlaams-Brabant) | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 90 clicks op link (naar website)  7.085 bereikte personen |
| 16/1/2017 | Geert Deruyck (Ateljee) ter promotie van Kingcomm -> €50 promotiebudget | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 87 clicks op link (naar website)  14.195 bereikte personen |
| 13/1/2017 | Interview BIG C | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 103 clicks op link (naar website)  4.827 bereikte personen |
| 13/1/2017 | Aralea ter promotie van Kingcomm -> €50 promotiebudget | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 98 clicks op link (naar website)  17.174 bereikte personen |
| 13/1/2017 | Ann Debock (Bottelarij) ter promotie van Kingcomm -> €50 promotiebudget | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 118 clicks op link (naar website)  14.020 bereikte personen |
| 4/1/2017 | Wereld Braille Dag | | verruimen van het bereik | 6.860 bereikte personen |
| 19/12/2016 | KingComm promo | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 64 clicks op link (naar website)  3.690 bereikte personen |
| 13/12/2016 | Interview Sonja Teughels (Voka) | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 73 clicks op link (naar website)  4.017 bereikte personen |
| 8/12/2016 | Interview Paul Stessens over kringshop.be | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 33 clicks op link (naar website)  2.875 bereikte personen |
| 3/12/2016 | Dag van mensen met een beperking | | verruimen van het bereik | 16.014 bereikte personen |
| 29/11/2016 | Interview De Springplank | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 17 clicks op link (naar website)  2.711 bereikte personen |
| 18/11/2016 | Dag van de ondernemer | | verruimen van het bereik | 8.670 bereikte personen |
| 6/11/2016 | Interview De Springplank (video) | | verruimen van het bereik | 5.512 bereikte personen |
| 4/11/2016 | Opinie: Martin Vandebuerie | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 52 clicks op link (naar website)  2.674 bereikte personen |
| 13/10/2016 | COOPLAB | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 30 clicks op link (naar website)  3.225 bereikte personen |
| 12/10/2016 | Dag van de kringwinkel | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 19 clicks op link (naar website)  6.755 bereikte personen |
| 11/10/2016 | Buurtkar | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 18 clicks op link (naar website)  4.097 bereikte personen |
| 2/10/2016 | Blog Herman Wenes | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 91 clicks op link (naar website)  4.532 bereikte personen |
| 14/9/2016 | Duurzaam bezig | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 26 clicks op link (naar website)  4.010 bereikte personen |
| 13/9/2016 | Rising Youth | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 32 clicks op link (naar website)  5.496 bereikte personen |
| 1/9/2016 | Blog Astrid Coates over Europa en sociale inschakeling | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 124 clicks op link (naar website)  8.444 bereikte personen |
| 28/8/2016 | Duurzaam bezig? Pak er mee uit | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 70 clicks op link (naar website)  4.560 bereikte personen |
| 24/8/2016 | Oproep co-creatie | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 219 clicks op link (naar website)  7.215 bereikte personen |
| 16/08/2016 | Komosie – La récup | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 49 clicks op link (naar website)  7.985 bereikte personen |
| 29/07/2016 | Oproepen: startende & innoverende sociale ondernemers | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 179 clicks op link (naar website)  8.495 bereikte personen |
| 22/05/2016 | Blog Wim van Opstal | | verruimen van het bereik  promotie van de website | 225 clicks op link (naar website)  12.953 bereikte personen |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sociale economie** |
| Inhoud van de advertentie | Like ads |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 63 vind ik leuks |
| Tijdsperiode | 3 weken |
| Kostprijs | 50 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sociale economie** |
| Inhoud van de advertentie | Lead ads |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen van het aantal nieuwsbriefabonnees |
| Meetbaar effect? | 47 nieuwe abonnees |
| Tijdsperiode | 2 weken |
| Kostprijs | 50 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Het gebruik van facebookadvertenties past binnen een doelgroepgerichte communicatiestrategie en is aanvullend op andere communicatiekanalen. Met de facebook-ads kan een ruimere doelgroep worden aangesproken dan het abonneebestand van de nieuwsbrief sociale economie.

# **Ben Weyts Vlaams minister van Mobiliteit, Openbare Werken, Vlaamse Rand, Toerisme en Dierenwelzijn**

Bevoegdheid: Mobiliteit en Openbare Werken

Beleidsdomein: Mobiliteit en Openbare Werken (MOW)

## Departement/agentschap: **Departement Mobiliteit en Openbare Werken**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@Vlaamsehavendag** |
| Inhoud van de advertentie | Vlaamse Havendag 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 5,2 miljoen personen bereikt met betaalde advertenties op Facebook. Advertenties hebben bijgedragen tot 123.100 unieke bezoekers van de programmawebsite, met 395.000 paginaweergaven. |
| Tijdsperiode | 30/08 – 17/09/2017 |
| Kostprijs | 49.357,05 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@Luchtvaartdag** |
| Inhoud van de advertentie | Luchtvaartdag 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 3,2 miljoen personen bereikt met betaalde advertenties op Facebook. Advertenties hebben bijgedragen tot 109.000 unieke bezoekers van de programmawebsite, met 410.000 paginaweergaven. |
| Tijdsperiode | 03-21/04/2017 |
| Kostprijs | 38.221,61 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@7 km-club** |
| Inhoud van de advertentie | Fietscampagne 2017 – golf 1 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: awareness rond woon-werkverkeer |
| Meetbaar effect? | Uniek bereik: 479.413 personen  Impressies: 1.416.027 (+/- 3 weergaven per persoon)  Aantal clicks: 13.238  Gemiddelde CPC: 0,33  Gemiddelde CTR: 0,93%  Engagement was hoog: veel likes, comments en shares |
| Tijdsperiode | 28/09/2017 |
| Kostprijs | 9.848,35 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@7 km-club** |
| Inhoud van de advertentie | Fietscampagne 2017 – golf 2 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: awareness rond woon-werkverkeer |
| Meetbaar effect? | Cijfers zijn opgevraagd bij Absoluut/Mindshare. |
| Tijdsperiode | 19/03/2018 |
| Kostprijs | 5.947,54 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Betaalde advertenties op sociale media verhogen in sterke mate bezoekersstroom en de interactiviteit op deze platformen. Het community denken wint aan belang. Door deze advertenties groeien de accounts / fanpagina’s ook organisch, en inspireren ze meer mensen om informatie op te vragen, deel te nemen aan activiteiten of events, ervaringen te delen, of deel te nemen aan het (maatschappelijk) debat. Verwacht wordt dat voor grote events of sensibiliseringscampagnes het belang van sociale media en betaalde advertenties enkel zal toenemen.

Bevoegdheid: Mobiliteit en Openbare Werken

Beleidsdomein: Mobiliteit en Openbare Werken (MOW)

## Departement/agentschap: **De Vlaamse Waterweg nv**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **https://www.facebook.com/vlaamsewaterweg/** |
| Inhoud van de advertentie | Promofilmpje VisuRIS |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: deel van promotiecampagne van www.visuris.be |
| Meetbaar effect? | Aantal doorverwijzingen naar de campagne. Advertentie nog lopende. |
| Tijdsperiode | 26 maart 2018 – 31 mei 2018 |
| Kostprijs | 1.000 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Betaalde advertenties op sociale media verhogen in sterke mate bezoekersstroom en de interactiviteit op deze platformen. Het community denken wint aan belang. Door deze advertenties groeien de accounts / fanpagina’s ook organisch, en inspireren ze meer mensen om informatie op te vragen, deel te nemen aan activiteiten of events, ervaringen te delen, of deel te nemen aan het (maatschappelijk) debat. Verwacht wordt dat voor grote events of sensibiliseringscampagnes het belang van sociale media en betaalde advertenties enkel zal toenemen.

Bevoegdheid: Mobiliteit en Openbare Werken

Beleidsdomein: Mobiliteit en Openbare Werken (MOW)

## Departement/agentschap: **VVM De Lijn**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Mobiele Maandag |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: video views |
| Meetbaar effect? | Clicks / impressies |
| Tijdsperiode | 10/04/2018 tem 19/05/2018 |
| Kostprijs | 46.853,54 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Kusttram (Veiligheid + Dagpas) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Brand Awareness |
| Meetbaar effect? | impressies |
| Tijdsperiode | 6/04/2018 tem 19/04/2018 |
| Kostprijs | 4.550 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Recruitment |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | impressies / clicks / conversie |
| Tijdsperiode | 30/03/2018 tem 14/04/2018 |
| Kostprijs | 4.841,13 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Jobdag |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | conversie |
| Tijdsperiode | 5/02/2018 tem 12/02/2018 |
| Kostprijs | 4.806,13 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | P&R |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Brand Awareness |
| Meetbaar effect? | impressies |
| Tijdsperiode | 20/12/2017 tem 2/01/2018 |
| Kostprijs | 32.810,06 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Oudejaar Brugge |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | clicks |
| Tijdsperiode | 18/12/2017 tem 31/12/2017 |
| Kostprijs | 1.021,73 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Verandering Dienstregeling |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | clicks |
| Tijdsperiode | 4/12/2017 tem 14/12/2017 |
| Kostprijs | 3.472,56 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Sinterklaasactie |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | clicks / conversie |
| Tijdsperiode | 13/11/2017 tem 18/11/2017 |
| Kostprijs | 8.878,40 |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Slim Naar Antwerpen |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | clicks / conversie |
| Tijdsperiode | 7/11/2017 tem 11/12/2017 |
| Kostprijs | 16.824,08 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Hnet |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Impressies / conversie |
| Tijdsperiode | 30/10/2017 tem 30/11/2017 |
| Kostprijs | 2.132,13 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | BuzzyPazz Afhakers |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | clicks / conversie |
| Tijdsperiode | 13/10/2017 tem 27/10/2017 |
| Kostprijs | 3.699,21 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Avondlijnen |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Brand Awareness |
| Meetbaar effect? | Impressies |
| Tijdsperiode | 28/08/2017 tem 3/09/2017 |
| Kostprijs | 2.183,99 |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | E-Sales |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | clicks |
| Tijdsperiode | 28/08/2017 tem 2/09/2017 |
| Kostprijs | 2.185,70 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Seniors |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Brand Awareness |
| Meetbaar effect? | impressies |
| Tijdsperiode | 8/08/2017 tem 4/09/2017 |
| Kostprijs | 3.673,51 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Tramnet |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | impressies |
| Tijdsperiode | 4/08/2017 tem 27/08/2017 |
| Kostprijs | 4.854,59 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Gentse Feesten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Brand Awareness |
| Meetbaar effect? | impressies |
| Tijdsperiode | 5/07/2017 tem 23/07/2017 |
| Kostprijs | 3.623,80 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Kusttram Burgeractivatie |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | clicks |
| Tijdsperiode | 4/07/2017 tem 31/08/2017 |
| Kostprijs | 19.999,97 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Kusttram Veiligheid |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Impressies |
| Tijdsperiode | 4/07/2017 tem 31/08/2017 |
| Kostprijs | 8.487,95 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Employer Branding |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Brand Awareness |
| Meetbaar effect? | Impressies / clicks |
| Tijdsperiode | 21/06/2017 tem 31/10/2017 |
| Kostprijs | 23.744,81 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Mobizone Antwerpen |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | conversie |
| Tijdsperiode | 30/05/2017 tem 14/07/2017 |
| Kostprijs | 13.590,45 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Dagpas |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | clicks |
| Tijdsperiode | 1/04/2017 tem 16/04/2017 |
| Kostprijs | 2.378,30 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Veiligheid |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Brand Awareness |
| Meetbaar effect? | clicks / impressies |
| Tijdsperiode | 1/04/2017 tem 19/04/2017 |
| Kostprijs | 2.378,45 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Inhoud van de advertentie | **Circulatieplan Gent** |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Conversie / impressies |
| Tijdsperiode | 24/03/2017 tem 15/04/2017 |
| Kostprijs | 2.597,99 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Chauffeurs Gent |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | impressies /clicks |
| Tijdsperiode | 2/03/2017 tem 21/03/2017 |
| Kostprijs | 5.075,68 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Kusttram December |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | impressies |
| Tijdsperiode | 29/12/2016 tem 15/01/2017 |
| Kostprijs | 2.210,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Groene Mobizone Antwerpen - Wave 2 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | conversie |
| Tijdsperiode | 23/11/2016 tem 8/01/2017 |
| Kostprijs | 6.268,50 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Studentenpas Kortrijk |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | impressies / clicks |
| Tijdsperiode | 18/11/2016 tem 15/12/2016 |
| Kostprijs | 1.380,47 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Chauffeurs Antwerpen |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Brand Awareness |
| Meetbaar effect? | impressies |
| Tijdsperiode | 20/10/2016 tem 30/10/2016 |
| Kostprijs | 2.378,75 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | App Activatie -Wave 2 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | clicks |
| Tijdsperiode | 10/10/2016 tem 27/11/2016 |
| Kostprijs | 12.144,72 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Groene Mobizone Gent |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | conversie |
| Tijdsperiode | 28/09/2016 tem 31/10/2016 |
| Kostprijs | 6.988,98 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Jobdag Leuven - Dilbeek - Grimbergen |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Brand Awareness |
| Meetbaar effect? | impressies |
| Tijdsperiode | 23/09/2016 tem 30/09/2016 |
| Kostprijs | 1.408,20 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Omleidingsnieuwsbrief |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Video Views |
| Meetbaar effect? | impressies |
| Tijdsperiode | 14/09/2016 tem 22/09/2016 |
| Kostprijs | 6.019,12 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Rekrutering Grimbergen - Dilbeek |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | clicks |
| Tijdsperiode | 5/09/2016 tem 12/09/2016 |
| Kostprijs | 2.378,21 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Nachtnet Winterfeesten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | impressies /clicks |
| Tijdsperiode | 1/09/2016 tem 8/01/2017 |
| Kostprijs | 8.619,72 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Gentse Feesten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: video views |
| Meetbaar effect? | impressies |
| Tijdsperiode | 8/07/2016 tem 24/07/2016 |
| Kostprijs | 3.269,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Zomerbestemmingen |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | clicks |
| Tijdsperiode | 6/07/2016 tem 4/09/2016 |
| Kostprijs | 20.249,97 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Kusttram |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | clicks |
| Tijdsperiode | 5/07/2016 tem 31/08/2016 |
| Kostprijs | 23.026,25 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Groene Mobizone Antwerpen |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | clicks |
| Tijdsperiode | 1/06/2016 tem 30/06/2016 |
| Kostprijs | 14.825,92 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | SMS Actie Mei Prospectie |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | clicks |
| Tijdsperiode | 2/05/2016 tem 7/06/2016 |
| Kostprijs | 23.645,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Groene Mobizone Mortsel |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | clicks / conversie |
| Tijdsperiode | 25/04/2016 tem 27/05/2016 |
| Kostprijs | 754,83 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.facebook.com/delijn**](https://www.facebook.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | App Activatie -Wave 2 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Video Views |
| Meetbaar effect? | clicks / impressies |
| Tijdsperiode | 11/04/2016 tem 30/05/2016 |
| Kostprijs | 6.846,91 € |

**Twitter advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://twitter.com/delijn**](https://twitter.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Gentse Feesten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Clicks / conversie |
| Tijdsperiode | 15/07/2017 tem 24/07/2017 |
| Kostprijs | 1.839,18 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://twitter.com/delijn**](https://twitter.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Kusttram |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Awareness |
| Meetbaar effect? | impressies |
| Tijdsperiode | 4/07/2017 tem 31/08/2017 |
| Kostprijs | 1.462,05 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://twitter.com/delijn**](https://twitter.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Studentenpas Kortrijk |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Awareness |
| Meetbaar effect? | impressies |
| Tijdsperiode | 25/11/2016 tem 15/12/2016 |
| Kostprijs | 1.313,79 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://twitter.com/delijn**](https://twitter.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | App Activatie - Wave 2 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | conversie |
| Tijdsperiode | 10/10/2016 tem 27/11/2016 |
| Kostprijs | 2.156,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://twitter.com/delijn**](https://twitter.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Groene Mobizone Gent |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: video views |
| Meetbaar effect? | clicks / conversie / impressies |
| Tijdsperiode | 28/09/2016 tem 31/10/2016 |
| Kostprijs | 2.500,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://twitter.com/delijn**](https://twitter.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Nachtnet |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Awareness |
| Meetbaar effect? | Impressies/ conversie /clicks |
| Tijdsperiode | 17/09/2016 tem 8/01/2017 |
| Kostprijs | 2.480,03 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://twitter.com/delijn**](https://twitter.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | SMS Actie Mei prospectie |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | clicks / conversie |
| Tijdsperiode | 15/07/2016 tem 24/07/2016 |
| Kostprijs | 5.335,26 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://twitter.com/delijn**](https://twitter.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Kusttram |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | clicks / conversie |
| Tijdsperiode | 5/07/2016 tem 31/08/2016 |
| Kostprijs | 8.736,17 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://twitter.com/delijn**](https://twitter.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | Groene Mobizone Antwerpen |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | clicks / conversie |
| Tijdsperiode | 1/06/2016 tem 30/06/2016 |
| Kostprijs | 2.632,50 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://twitter.com/delijn**](https://twitter.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | App Activatie |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: video views |
| Meetbaar effect? | clicks / conversie /impressies |
| Tijdsperiode | 11/04/2016 tem 31/05/2016 |
| Kostprijs | 5.265,41 € |

**Instagram advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**https://www.instagram.com/delijn**](https://www.instagram.com/delijn) |
| Inhoud van de advertentie | App Activatie -Wave 2 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: video views |
| Meetbaar effect? | clicks / impressies |
| Tijdsperiode | 11/04/2016 tem 29/05/2016 |
| Kostprijs | 2.875,86 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Betaalde advertenties op sociale media verhogen in sterke mate bezoekersstroom en de interactiviteit op deze platformen. Het community denken wint aan belang. Door deze advertenties groeien de accounts / fanpagina’s ook organisch, en inspireren ze meer mensen om informatie op te vragen, deel te nemen aan activiteiten of events, ervaringen te delen, of deel te nemen aan het (maatschappelijk) debat. Verwacht wordt dat voor grote events of sensibiliseringscampagnes het belang van sociale media en betaalde advertenties enkel zal toenemen.

Bevoegdheid: Mobiliteit en Openbare Werken

Beleidsdomein: Mobiliteit en Openbare Werken (MOW)

## Departement/agentschap: **Agentschap** **Wegen en Verkeer**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Agentschap Wegen en Verkeer** |
| Inhoud van de advertentie | Vacatures |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Clicks |
| Tijdsperiode | Doorlopend |
| Kostprijs | 8.290,19 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Agentschap Wegen en Verkeer** |
| Inhoud van de advertentie | Winterdienst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Clicks |
| Tijdsperiode | 19/04/2018 - lopend |
| Kostprijs | 250,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Agentschap Wegen en Verkeer** |
| Inhoud van de advertentie | E314 Spitsstrook |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Leads |
| Tijdsperiode | 30/03/2018 – 02/04/2018 |
| Kostprijs | 90,17 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Agentschap Wegen en Verkeer** |
| Inhoud van de advertentie | Grote Werven 2018 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Clicks / Views |
| Tijdsperiode | 19/03/2018 – 25/03/2018 |
| Kostprijs | 5.898,08 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Betaalde advertenties op sociale media verhogen in sterke mate bezoekersstroom en de interactiviteit op deze platformen. Het community denken wint aan belang. Door deze advertenties groeien de accounts / fanpagina’s ook organisch, en inspireren ze meer mensen om informatie op te vragen, deel te nemen aan activiteiten of events, ervaringen te delen, of deel te nemen aan het (maatschappelijk) debat. Verwacht wordt dat voor grote events of sensibiliseringscampagnes het belang van sociale media en betaalde advertenties enkel zal toenemen.

Bevoegdheid: Vlaamse Rand

Beleidsdomein: Kanselarij en Bestuur (KB)

## Departement/agentschap: **vzw de Rand**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **GC de Boesdaalhoeve** |
| Inhoud van de advertentie | Facebook evenement + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie van een evenement |
| Meetbaar effect? | Nee |
| Tijdsperiode | 04/10/2017 – 11/10/2017 |
| Kostprijs | 7,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **GC de Zandloper** |
| Inhoud van de advertentie | Foto + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie evenement |
| Meetbaar effect? | Nee |
| Tijdsperiode | 18/08/2017 – 20/08/2017 |
| Kostprijs | 10,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **GC de Zandloper** |
| Inhoud van de advertentie | Foto + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: bekendmaking samenwerking |
| Meetbaar effect? | Nee |
| Tijdsperiode | 20/09/2017 – 04/10/2017 |
| Kostprijs | 14,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **GC de Zandloper** |
| Inhoud van de advertentie | Facebook evenement + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie van een evenement |
| Meetbaar effect? | Nee |
| Tijdsperiode | 24/10/2017 – 07/11/2017 |
| Kostprijs | 20,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **GC de Zandloper** |
| Inhoud van de advertentie | Facebook evenement + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie van een evenement |
| Meetbaar effect? | Nee |
| Tijdsperiode | 03/04/2017 – 13/04/2017 |
| Kostprijs | 10,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **GC de Zandloper** |
| Inhoud van de advertentie | Facebook evenement + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie van een evenement |
| Meetbaar effect? | Nee |
| Tijdsperiode | 16/04/2018 – 23/04/2018 |
| Kostprijs | 10,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **GC de Kam** |
| Inhoud van de advertentie | Facebook evenement + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie van een evenement |
| Meetbaar effect? | Nee |
| Tijdsperiode | 23/08/2017 – 31/08/2017 |
| Kostprijs | 26,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **GC de Kam** |
| Inhoud van de advertentie | Facebook evenement + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie van een evenement |
| Meetbaar effect? | Nee |
| Tijdsperiode | 01/09/2017 – 05/09/2017 |
| Kostprijs | 26,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **GC de Kam** |
| Inhoud van de advertentie | Facebook evenement + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie van een evenement |
| Meetbaar effect? | Nee |
| Tijdsperiode | 15/02/2018 – 19/02/2018 |
| Kostprijs | 26,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **GC de Kam** |
| Inhoud van de advertentie | Facebook evenement + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie van een evenement |
| Meetbaar effect? | Nee |
| Tijdsperiode | 21/02/2018 |
| Kostprijs | 5,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **GC de Kam** |
| Inhoud van de advertentie | Foto + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie van een evenement |
| Meetbaar effect? | Aantal bereikte personen |
| Tijdsperiode | 12/03/2018 |
| Kostprijs | 5,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **GC de Kam** |
| Inhoud van de advertentie | Facebook evenement + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie van een evenement |
| Meetbaar effect? | Nee |
| Tijdsperiode | 15/02/2018 – 19/02/2018 |
| Kostprijs | 26,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **GC de Kam** |
| Inhoud van de advertentie | Foto + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie van een evenement |
| Meetbaar effect? | Aantal bereikte personen |
| Tijdsperiode | 21/02/2018 |
| Kostprijs | 5,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **GC de Kam** |
| Inhoud van de advertentie | Foto + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie van een evenement |
| Meetbaar effect? | Aantal bereikte personen |
| Tijdsperiode | 12/03/2018 |
| Kostprijs | 5,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **GC de bosuil** |
| Inhoud van de advertentie | Foto + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie van een evenement |
| Meetbaar effect? | Aantal bereikte personen |
| Tijdsperiode | 01/09/2017 – 08/09/2017 |
| Kostprijs | 8,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **GC de bosuil** |
| Inhoud van de advertentie | Facebook evenement + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie van een evenement |
| Meetbaar effect? | Nee |
| Tijdsperiode | 08/11/2017 – 19/11/2017 |
| Kostprijs | 11,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **GC de bosuil** |
| Inhoud van de advertentie | Facebook evenement + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie van een evenement |
| Meetbaar effect? | Nee |
| Tijdsperiode | 30/01/2018 – 05/02/2018 |
| Kostprijs | 5,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **GC de bosuil** |
| Inhoud van de advertentie | Facebook evenement + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie van een evenement |
| Meetbaar effect? | Nee |
| Tijdsperiode | 04/04/2018 – 13/04/2018 |
| Kostprijs | 10,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **GC de bosuil** |
| Inhoud van de advertentie | Facebook evenement + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie van een evenement |
| Meetbaar effect? | Nee |
| Tijdsperiode | 26/04/2018 – 10/05/2018 |
| Kostprijs | 22,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **RandKrant** |
| Inhoud van de advertentie | Link + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Aantal bereikte personen |
| Tijdsperiode | 16/03/2018 |
| Kostprijs | 4,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **RandKrant** |
| Inhoud van de advertentie | Link + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Aantal bereikte personen |
| Tijdsperiode | 19/03/2018 |
| Kostprijs | 3,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **RandKrant** |
| Inhoud van de advertentie | Link + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Aantal bereikte personen |
| Tijdsperiode | 20/03/2018 |
| Kostprijs | 3,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **RandKrant** |
| Inhoud van de advertentie | Link + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Aantal bereikte personen |
| Tijdsperiode | 22/03/2018 |
| Kostprijs | 3,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **RandKrant** |
| Inhoud van de advertentie | Link + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Aantal bereikte personen |
| Tijdsperiode | 16/04/2018 |
| Kostprijs | 3,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **RandKrant** |
| Inhoud van de advertentie | Link + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Aantal bereikte personen |
| Tijdsperiode | 17/04/2018 |
| Kostprijs | 3,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **RandKrant** |
| Inhoud van de advertentie | Link + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Aantal bereikte personen |
| Tijdsperiode | 18/04/2018 |
| Kostprijs | 3,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **RandKrant** |
| Inhoud van de advertentie | Link + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Aantal volgers |
| Tijdsperiode | 03/04/2018 |
| Kostprijs | 2,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **RandKrant** |
| Inhoud van de advertentie | Link + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Aantal volgers |
| Tijdsperiode | 20/04/2018 |
| Kostprijs | 16,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **RandKrant** |
| Inhoud van de advertentie | Link + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Aantal volgers |
| Tijdsperiode | 29/04/2017 – 30/05/2017 |
| Kostprijs | 394,24 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **RandKrant** |
| Inhoud van de advertentie | Link + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Aantal volgers |
| Tijdsperiode | 01/03/2017 – 29/03/2017 |
| Kostprijs | 221,75 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **RandKrant** |
| Inhoud van de advertentie | Link + tekst |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Aantal volgers |
| Tijdsperiode | 14/04/2017 – 30/04/2017 |
| Kostprijs | 257,82 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Gordelfestival 2017** |
| Inhoud van de advertentie | Link + tekst + … |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Aantal volgers+ Aantal bereikte personen |
| Tijdsperiode | Onbekend |
| Kostprijs | 7.247,56 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Gordelfestival 2016** |
| Inhoud van de advertentie | Link + tekst + … |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Aantal volgers+ Aantal bereikte personen |
| Tijdsperiode | Onbekend |
| Kostprijs | 10.000 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **GC de Lijsterbes** |
| Inhoud van de advertentie | Link + tekst + evenement + … |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promoties evenement |
| Meetbaar effect? | Aantal bereikte personen + Aantal volgers |
| Tijdsperiode | Vanaf 05/12/2017 |
| Kostprijs | 88,00 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Het is duidelijk dat het gebruik van advertenties op Facebook een positief effect heeft op de cijfers en resultaten. De resultaten zijn wel steeds afhankelijk van de vooropgestelde doelstellingen en de beschikbare financiële middelen.

Facebook is laagdrempelig en vergroot het bereik enorm, verdere ontwikkeling is zeker nuttig. Mogelijke initiatieven :

* Opleidingen voor communicatiemedewerkers
* Kennisdeling tussen communicatiemedewerkers

…

Bevoegdheid: Toerisme

Beleidsdomein: Internationaal Vlaanderen (iV)

## Departement/agentschap: **Toerisme Vlaanderen**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

**Buitenlandkantoor Noord-Amerika**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Facebook VF North America** |
| Inhoud van de advertentie | Visitflanders.com Website Promotion |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere |
| Meetbaar effect? | Reach: 11.808.100 Million users  Clicks: 1.138.209  Website clicks: 391.680  FB Page Engagement: 3.188.399  FB Page Likes: 399.939 |
| Tijdsperiode | 01/05/2016 - 31/12/2017 |
| Kostprijs | 41.457,78 USD |

**Hoofdkantoor Vlaanderen, dienst content en conversatie:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Facebook VISITFLANDERS UK/US** |
| Inhoud van de advertentie | Awareness promotion Vlaanderenbreed |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Awareness |
| Meetbaar effect? | Bereik van 213.214 unieke users |
| Tijdsperiode | 01/04/2017 – 30/04/2018 |
| Kostprijs | 791,49 € |

**Buitenlandkantoor Nederland:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **BK Nederland “Vlaamse Meesters”** |
| Inhoud van de advertentie | Vlaamse Meesters programma 2018 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Internationale awareness verhoogd en conversie naar website volgens benchmark  13.361.374 impressions, 87.275 clicks naar website |
| Tijdsperiode | 01/01/2018 – 30/06/2018 |
| Kostprijs | 62.113 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Toerisme.Vlaanderen.nl** |
| Inhoud van de advertentie | Campagne ter promotie van de Vlaanderen als toeristische bestemming voor korte vakanties op de Nederlandse markt. |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: promoten van de troeven van de Vlaanderen (kunsten en erfgoed, eet- en drinkcultuur, fietscultuur..) |
| Meetbaar effect? | Ja. In vergelijking met bannering op websites bijvoorbeeld ligt de return on investment van advertising via sociale media vele malen hoger, dit o.m. dankzij de specifieke targeting-mogelijkheden.  13,75 miljoen als meetbaar effect. |
| Tijdsperiode | 01/05/2016 - 30/04/2018 |
| Kostprijs | 26.585 € |

**Hoofdkantoor Vlaanderen, projectteam WO I:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Flanders Fields 1418** |
| Inhoud van de advertentie | Always on – permanente WWI communicatie |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: conversie en engagement |
| Meetbaar effect? | Effect nog niet gekend |
| Tijdsperiode | 1/5/2016 - 30/4/2018 |
| Kostprijs | 16.000 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Flanders Fields 1418** |
| Inhoud van de advertentie | Triggered campagne gebaseerd op gedrag (WWI film bekeken, WWI boek gelezen…) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: conversie |
| Meetbaar effect? | Effect nog niet gekend |
| Tijdsperiode | 1/5/2016 - 30/4/2018 |
| Kostprijs | 18.500 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Flanders Fields 1418** |
| Inhoud van de advertentie | Piekcampagnes waarbij CRM retargetting funnels worden opgezet om conversie te verhogen |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: conversie |
| Meetbaar effect? | Effect nog niet gekend |
| Tijdsperiode | 1/5/2016 - 30/4/2018 |
| Kostprijs | 110.000 € |

**Buitenlandkantoor Italië:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **VISITFLANDERS – Fiandre e Bruxelles (@turismofiandre) (= VISITFLANDERS Milano office)** |
| Inhoud van de advertentie | FIANDREINBICI + Ridelikeaflandrien Italian consumers – cycling |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  hoger bereik  promotie van de website  andere: video views |
| Meetbaar effect? | Reach: 849.105 + 694.976  Imps: 1.152.540  Click: 34.328  CTR: 2.62%  Video views: 322.135 |
| Tijdsperiode | 8/4/2016 – 6/6/2016 |
| Kostprijs | 3.300,70 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **VISITFLANDERS – Fiandre e Bruxelles (@turismofiandre) VISITFLANDERS Milano office** |
| Inhoud van de advertentie | Facebook Advertising om de Italiaanse pagina te verbeteren  Gericht naar de Italiaanse consument (leeftijd 18-50, culturele meerwaardezoekers, fietsvakantie-liefhebbers, gastronomie en bier liefhebbers |
| Doel van de advertentie | ☒ verhogen van het aantal volgers  ☒ verruimen van het bereik  ☐ promotie van de website  ☒ andere: conversie |
| Meetbaar effect? | 12.089 new page likes; 1.116 leads (newsletter subscriptions); 1.665K impressions - 45.703 clicks - 53.848 post engagement |
| Tijdsperiode | 01/05/2017 – 30/03/2018 |
| Kostprijs | 4.008,98 € |

**Buitenlandkantoor Verenigd Koninkrijk:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **VISITFLANDERS UK** |
| Inhoud van de advertentie | Press article |
| Doel van de advertentie | ☐ verhogen van het aantal volgers  ☒ verruimen van het bereik  ☐ promotie van de website  ☐ andere |
| Meetbaar effect? | 6.7K Reach, 1.117 engagements |
| Tijdsperiode | 12/04/2017 – 16/04/2017 |
| Kostprijs | £24.96 |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **VISITFLANDERS UK** |
| Inhoud van de advertentie | Inspirational video content |
| Doel van de advertentie | ☐ verhogen van het aantal volgers  ☒ verruimen van het bereik  ☐ promotie van de website  ☐ andere |
| Meetbaar effect? | 30K views, 81,5K Reach |
| Tijdsperiode | 19/05/2017 – 21/05/2017 |
| Kostprijs | £29.95 |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **VISITFLANDERS UK** |
| Inhoud van de advertentie | Bruges Travel Guide |
| Doel van de advertentie | ☒ verhogen van het aantal volgers  ☐ verruimen van het bereik  ☒ promotie van de website  ☐ andere |
| Meetbaar effect? | 5,2K impressions, 102 link clicks |
| Tijdsperiode | 02/11/2017 – 08/11/2017 |
| Kostprijs | £29.80 |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **VISITFLANDERS** |
| Inhoud van de advertentie | Follower Campaign |
| Doel van de advertentie | ☒ verhogen van het aantal volgers  ☐ verruimen van het bereik  ☐ promotie van de website  ☐ andere |
| Meetbaar effect? | 1.088 new likes |
| Tijdsperiode | 23/11/2017 – 21/12/2017 |
| Kostprijs | £361.36 |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **VISITFLANDERS** |
| Inhoud van de advertentie | Website content |
| Doel van de advertentie | ☐ verhogen van het aantal volgers  ☒ verruimen van het bereik  ☒ promotie van de website  ☐ andere |
| Meetbaar effect? | 2.794 engagements, 25.175 Reach |
| Tijdsperiode | 29/11/2017 – 06/12/2017 |
| Kostprijs | £112.81 |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **VISITFLANDERS** |
| Inhoud van de advertentie | Promote New Route for VLM Airlines |
| Doel van de advertentie | ☐ verhogen van het aantal volgers  ☒ verruimen van het bereik  ☒ promotie van de website  ☐ andere |
| Meetbaar effect? | 19.018 reach, 1.475 engagements |
| Tijdsperiode | 26/03/2017 – 12/04/2017 |
| Kostprijs | £76.32 |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **VISITFLANDERS** |
| Inhoud van de advertentie | Follower Campaign |
| Doel van de advertentie | ☒ verhogen van het aantal volgers  ☐ verruimen van het bereik  ☐ promotie van de website  ☐ andere |
| Meetbaar effect? | 181 followers |
| Tijdsperiode | 27/03/2017 – 14/04/2017 |
| Kostprijs | £52.62 |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **VISITFLANDERS** |
| Inhoud van de advertentie | Video content promotion |
| Doel van de advertentie | ☐ verhogen van het aantal volgers  ☐ verruimen van het bereik  ☐ promotie van de website  ☒ andere |
| Meetbaar effect? | 2.986 impressions |
| Tijdsperiode | 28/03/2017 – 06/04/2017 |
| Kostprijs | £10 |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **VISITFLANDERS** |
| Inhoud van de advertentie | Brussels Airlines Promotion – Hi Belgium Pass |
| Doel van de advertentie | ☐ verhogen van het aantal volgers  ☐ verruimen van het bereik  ☐ promotie van de website  ☒ andere |
| Meetbaar effect? | 502.415 impressions, 11.853 clicks |
| Tijdsperiode | 25/12/2017 – 07/01/2018 |
| Kostprijs | £2,807 |

**Buitenlandkantoor Duitsland:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **visitFlanders Köln – Frankfurter Buchmesse Ehrengast Flandern & die Niederlande** |
| Inhoud van de advertentie | Kultuur en gastronomie  - promotie blog [www.flandern16.de](http://www.flandern16.de) |
| Doel van de advertentie | ☐ verhogen van het aantal volgers  ☒ verruimen van het bereik  ☒ promotie van de website  ☐ andere: |
| Meetbaar effect? | 22.000 clicks op blog |
| Tijdsperiode | 01/06/2016 – 31/10/2016 |
| Kostprijs | 2.000 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **visitFlanders Köln – Flämische Meister 2018-2020** |
| Inhoud van de advertentie | Kultuur en gastronomie  - Flandernblog.de |
| Doel van de advertentie | ☐ verhogen van het aantal volgers  ☒ verruimen van het bereik  ☒ promotie van de website  ☐ andere: |
| Meetbaar effect? | 3.159 clicks |
| Tijdsperiode | 01/11/2017 – 31/12/2017 |
| Kostprijs | 1.000 € |

**Rep office Azië:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **FACEBOOK: VISITFLANDERS - India** |
| Inhoud van de advertentie | Chocolate in Flanders |
| Doel van de advertentie | ☐ verhogen van het aantal volgers  ☐ verruimen van het bereik  ☒ promotie van de website  andere: bekendheid Vlaanderen verhogen + opbouwen reputatie van de bestemming Vlaanderen; het Vlaams vakmanschap op het gebied van kunst, geschiedenis en gastronomie in de kijker zetten zowel als bijzondere ervaringen die de bestemming te bieden heeft. |
| Meetbaar effect? | Bereik campagne 364.986／Impressions 919.980 |
| Tijdsperiode | 18 April – 2 May 2018 |
| Kostprijs | USD 480 |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **FACEBOOK: VISITFLANDERS - India** |
| Inhoud van de advertentie | Beer in Flanders |
| Doel van de advertentie | ☐ verhogen van het aantal volgers  ☐ verruimen van het bereik  ☒ promotie van de website  andere: bekendheid Vlaanderen verhogen + opbouwen reputatie van de bestemming Vlaanderen; het Vlaams vakmanschap op het gebied van kunst, geschiedenis en gastronomie in de kijker zetten zowel als bijzondere ervaringen die de bestemming te bieden heeft. |
| Meetbaar effect? | # of campaign reach 319.803／# impressions 839.312 |
| Tijdsperiode | 03/04/2018 - 17/04/2018 |
| Kostprijs | USD 480 |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **FACEBOOK: VISITFLANDERS - India** |
| Inhoud van de advertentie | Flemish Masters |
| Doel van de advertentie | ☐ verhogen van het aantal volgers  ☐ verruimen van het bereik  ☒ promotie van de website  ☒ andere: bekendheid Vlaanderen verhogen + opbouwen reputatie van de bestemming Vlaanderen; het Vlaams vakmanschap op het gebied van kunst, geschiedenis en gastronomie in de kijker zetten zowel als bijzondere ervaringen die de bestemming te bieden heeft. |
| Meetbaar effect? | # of campaign reach 371.802／# impressions 751.538 |
| Tijdsperiode | 18/03/2018 – 01/04/2018 |
| Kostprijs | USD 480 |

**Buitenlandkantoor Japan:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **FACEBOOK: VISITFLANDERS\_JAPAN** |
| Inhoud van de advertentie | Fantastic Art From Belgium at the Bunkamura Museum win a prize campaign |
| Doel van de advertentie | ☐ verhogen van het aantal volgers  ☐ verruimen van het bereik  ☐ promotie van de website  ☒ andere: bekendheid verhogen van een strategisch thema, opbouwen reputatie. Bekendheid creëren voor “Flemish Masters 2018-2020” onder kunstliefhebbers en culturele meerwaardezoekers in het grootstedelijk gebied in Tokyo, Japan |
| Meetbaar effect? | # of campaign reach 5.500／# engagement 391 / # of applicants for prize 779 |
| Tijdsperiode | 01/08/2017 – 03/08/2017 |
| Kostprijs | JPY 4854 |

**Buitenlandkantoor Spanje:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Turismo de Bélgica: Flandes y Bruselas** |
| Inhoud van de advertentie | Campagne ism Skyscanner.com op onze Facebookpagina met een app van easypromo (reisverloting). Skyscanner.com heeft gezorgd voor de ontwerpen van de banners, het artikel ivm fietsen en bier, publicatie in hun nieuwsbrieven en social media kanalen en de prijs naar Vlaanderen t.w.v. 600 euro voor de winnaars. Om deel te nemen moesten de mensen antwoorden op een vraag die geselecteerd werd op originaliteit en die gebaseerd was op de producten fietsen en bier. Wij zorgden voor de Ads en de app. De campagne op Facebook werd gesegmenteerd op Madrid, Barcelona, Baskenland, Valencia, 25+, mensen met interesse in Reizen en Toerisme. |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Bekendheid van de bestemming bij potentiële reizigers van de belangrijke metasearcher Skyscanner.com en op sociale netwerken; promotie cross products bier en fietsen en nieuwe ingeschrevenen in onze klantenmailing. |
| Meetbaar effect? | Enerzijds brachten we 2 posts ivm de campagne in FB Ads promo, anderzijds hadden we de gesegmenteerde campagne met verschillende ontwerpen binnen Facebook. Deze laatste bracht in totaal 145.703 clicks op (782.891 prints), terwijl de ene post 4.158 clicks opbracht en 15.528 prints en de andere post 1.073 clicks en 20.656 prints. Resultaten app na het verwijderen van dubbele etc: 1.855 unieke deelnemers aan de wedstrijd. 1.547 hebben zich bewust ingeschreven in klantenmailing. |
| Tijdsperiode | 19/05/2016 – 19/06/2016 |
| Kostprijs | 5.000 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Turismo de Bélgica: Flandes y Bruselas** |
| Inhoud van de advertentie | Online reisverloting/campagne ism Viajerospiratas.es (kanaal met reisoffertes in Spanje) kracht bijgezet met Facebook Ads (geografische segmentatie Madrid/Catalonië/Baskenland/Valencia, leeftijd 25+ en interesses in Viajes en Turismo). Het ging om een reisverloting met een landingpage op onze Facebookpagina Turismo de Bélgica: Flandes y Bruselas. Via deze actie promootten we de Hi Belgium Pass. Verder was er een campagne online bij viajerospiratas.es van 4.760,00 € om onze bestemming en de reisverloting te promoten (dus apart van de 1000 euro Facebook Ads) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Bekendheid van de bestemming bij de potentiële reizigers van viajerospiratas.es en Facebook; bekomen van deelnemers aan de reisverloting; promotie Hi Belgium Pass; extra fans van onze Facebookpagina. |
| Meetbaar effect? | Van de drie soorten berichtjes werkte het beste de promo van de post op Facebook met de klassieke foto van Brugge (met link naar de app ivm de reisverloting), met een bereik van 98.951 unieke personen, 174.339 prints, 5.563 clicks voor 657,60 euro gevolgd door een berichtje dat louter gericht was op het bekomen van nieuwe fans en dat voor 1.424 nieuwe fans zorgde, met een bereik van 33.716 unieke personen, 47.122 prints, voor een total van 294,40 euro en als laatste een berichtje dat louter deelnemers aan de wedstrijd wou bekomen en 864 interacties had met een bereik van 8.035 unieke personen, 8.627 prints voor 48 euro.  Aantal deelnemers via de landingpage op Facebook en waarvan we de e-mails hebben toegevoegd (met hun toestemming) aan onze databank voor de klantenmailing: 5.654.  In totaal werd de wedstrijd 2509 keer gedeeld, vooral binnen Facebook (61%), maar ook via Whatsapp (29%).  De deelname gebeurde vooral via mobile (76%) t.o.v. 24% desktop.  De winnares won een Hi Belgium Pass van onze kant, Viajerospiratas.es zorgde voor een hotelvoucher van 300 euro. |
| Tijdsperiode | 01/11/2017 – 30/11/2017 |
| Kostprijs | 1.090 € |

**Buitenlandkantoor Frankrijk:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **VISITFLANDERS Paris office** |
| Inhoud van de advertentie | Campagne offres villes - Eté (2016) |
| Doel van de advertentie | ☐ verhogen van het aantal volgers  ☐ verruimen van het bereik  ☒ promotie van de website  ☐ andere: |
| Meetbaar effect? | 6.986.838 impressions  791.035 people reached  29.577 clicks (CPC: 0,26€) |
| Tijdsperiode | 30/05/2016 - 11/06/2016 |
| Kostprijs | 7.690 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **VISITFLANDERS Paris office** |
| Inhoud van de advertentie | Recruitment of new FR fans Eté (2016) |
| Doel van de advertentie | ☒ verhogen van het aantal volgers  ☐ verruimen van het bereik  ☐ promotie van de website  ☐ andere: |
| Meetbaar effect? | 1.554.904 impressions  560.765 people reached  26.788 new followers (CPF: 0,19€) |
| Tijdsperiode | 30/05/2016 - 31/07/2016 |
| Kostprijs | 5.199,99 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **VISITFLANDERS Paris office** |
| Inhoud van de advertentie | Campagne posts blogtrip – Oct. (2016) |
| Doel van de advertentie | ☐ verhogen van het aantal volgers  ☒ verruimen van het bereik  ☐ promotie van de website  ☐ andere: |
| Meetbaar effect? | 2.490.022 impressions  778.752 people reached  459.605 interactions (CPA: 0,01€) |
| Tijdsperiode | 20/10/2016 - 11/11/2016 |
| Kostprijs | 4.250 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **VISITFLANDERS Paris office** |
| Inhoud van de advertentie | Campagne offres villes - Hiver (2016) |
| Doel van de advertentie | ☐ verhogen van het aantal volgers  ☐ verruimen van het bereik  ☒ promotie van de website  ☐ andere: |
| Meetbaar effect? | 9.172.456 impressions  1.399.805 people reached  62.508 clicks (CPC: 0,29€) |
| Tijdsperiode | 25/11/2016 - 05/12/2016 |
| Kostprijs | 18.000 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **VISITFLANDERS Paris office** |
| Inhoud van de advertentie | Campagne « 4 Flamands dans le vent » - Instant Articles - Printemps (2017) |
| Doel van de advertentie | ☐ verhogen van het aantal volgers  ☒ verruimen van het bereik  ☒ promotie van de website  ☐ andere: |
| Meetbaar effect? | 7.112.715 impressions  1.144.605 people reached  52.810 clicks (CPC: 0,18€) |
| Tijdsperiode | 24/03/2017 - 15/06/2017 |
| Kostprijs | 9.597,59 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **VISITFLANDERS Paris office** |
| Inhoud van de advertentie | Campagne « 4 Flamands dans le vent » - Canvas et offres partenaires - Printemps (2017) |
| Doel van de advertentie | ☐ verhogen van het aantal volgers  ☒ verruimen van het bereik  ☒ promotie van de website  ☐ andere: |
| Meetbaar effect? | 8.607.442 impressions  1.550.958 people reached  85.801 clicks (CPC: 0,14€) |
| Tijdsperiode | 23/03/2017 - 18/06/2017 |
| Kostprijs | 12.396,06 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **VISITFLANDERS Paris office** |
| Inhoud van de advertentie | Campagne Promoted posts – Hiver (2017) |
| Doel van de advertentie | ☐ verhogen van het aantal volgers  ☒ verruimen van het bereik  ☐ promotie van de website  ☐ andere: |
| Meetbaar effect? | 1.594.535 impressions  572.200 people reached  198.793 interactions (CPA: 0,02€) |
| Tijdsperiode | 19/11/2017 - 31/12/2017 |
| Kostprijs | 12.396,06 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **VISITFLANDERS Paris office** |
| Inhoud van de advertentie | Promoted Posts - ENGAGEMENT (2018) |
| Doel van de advertentie | ☐ verhogen van het aantal volgers  ☒ verruimen van het bereik  ☐ promotie van de website  ☐ andere: |
| Meetbaar effect? | 906.070 impressions  286.600 people reached  127.463 interactions (CPA: 0,02€) |
| Tijdsperiode | 12/01/2018 - 15/05/2018 |
| Kostprijs | 3.149,94 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **VISITFLANDERS Paris office** |
| Inhoud van de advertentie | Promoted posts – CLICS – Canvas Beaufort (2018) |
| Doel van de advertentie | ☐ verhogen van het aantal volgers  ☐ verruimen van het bereik  ☒ promotie van de website  ☐ andere: |
| Meetbaar effect? | 110.274 impressions  43.303 people reached  2.052 clicks (CPC: 0,12€) |
| Tijdsperiode | 18/04/2018 - 24/04/2018 |
| Kostprijs | 250 € |

**Rep office Rusland:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Facebook VISITFLANDERS Russia** |
| Inhoud van de advertentie | - Promotie Hi Belgium Pass (Brussels Airlines)  - Wedstrijd Dinner in the sky (<http://dinnerinthesky.be/nl/>), te winnen voor 2 personen, i.s.m. Warwick Hotels en Dinner in the Sky. |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik/ broadening reach  promotie van de website  andere: Awareness |
| Meetbaar effect? | Reach, reactions, comments, shares, link clicks, picture clicks, text clicks, page likes |
| Tijdsperiode | 01/01/2017 - 30/04/2018 |
| Kostprijs | 1.500 € |

**Hoofdkantoor:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Toerisme Vlaanderen via Facebookpagina Vlaanderen Vakantieland (= regionale partner TVL)** |
| Inhoud van de advertentie | Vlaanderen Smaakt – ambassadeurscampagne via Facebookpagina van Vlaanderen Vakantieland |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Aantal views/likes/shares |
| Tijdsperiode | 24/10/2017 – 07/08/2018 |
| Kostprijs | 2.304,85 € |

**Twitter advertenties:**

**Buitenlandkantoor Noord-Amerika:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Twitter North America** |
| Inhoud van de advertentie | Visitflanders.com Website Promotion |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere |
| Meetbaar effect?/Measurable Effect? | Impressions: 7.557.818  Followers: 154.359  Clicks to website: 81.956  Tweet Engagements: 269.159 |
| Tijdsperiode/Time period | 01/05/2016 - 31/12/2017 |
| Kostprijs/Cost | 15270.66 USD |

**Hoofdkantoor Vlaanderen: projectteam WW I**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **FlandersWWI** |
| Inhoud van de advertentie | Piekcampagnes |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: conversie |
| Meetbaar effect? | Stijging in de bezoekersaantallen |
| Tijdsperiode | 1/5/2016 - 31/12/2016 |
| Kostprijs | 18.000 € |

**Instagram advertenties:**

**Hoofdkantoor:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **VISITFLANDERS – Content & Conversatie** |
| Inhoud van de advertentie | Video’s Vlaanderenbreed Awareness campagne |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Awareness |
| Meetbaar effect? | +50.000 video views |
| Tijdsperiode | 01/04/2017 – 30/04/2018 |
| Kostprijs | 281,26 € |

**Buitenlandkantoor Italië:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@turismofiandre VISITFLANDERS Milano office** |
| Inhoud van de advertentie | FIANDREINBICI/ Italian consumers - cycling |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: video views |
| Meetbaar effect? | Video views: 85.424  Reach: 538.563 |
| Tijdsperiode | 14/4/2016 -14/5/2016 |
| Kostprijs | 1.000 € |

**Buitenlandkantoor Spanje:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@turismoflandesybruselas** |
| Inhoud van de advertentie | Binnen een groter geheel van een campagne met influencers, reisverlotingen e.a. (van in totaal 8000 euro waarvan 1000 euro naar instagram Ads ging). De instagramaccount van BK Spanje werd gelanceerd op 24 maart 2017. |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers van kwaliteit (binnen onze targetgroep) om zo de bestemming visueel te promoten in Spanje en mensen te inspireren om naar Vlaanderen en Brussel te reizen  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | In januari werd de campagne afgesloten met 4235 volgers van kwaliteit binnen onze targetgroep (29% tussen 25-34 jaar, 29% 35-44 jaar en 19% tussen 45-54 jaar. 65% vrouwen en 35% mannen. 75% Spanje, 4% Argentinië, 3% België, 2% Mexico en 1% Brazilië.  Binnen Spanje: 13% Madrid, 9% Barcelona, 3% Valencia. |
| Tijdsperiode | 25/03/2017 – 15/01/2018 |
| Kostprijs | 1.000 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Toerisme Vlaanderen gebruikt sociale media als ondersteunend kanaal binnen haar werking. Adverterende campagnes binnen sociale media hebben immers een groter en gesegmenteerd bereik (geografie, leeftijd, interesses) dan organische publicaties. Het gebruik van Ads in sociale media is steeds gericht op kwalitatieve volgers en staat in functie van inhoudelijke campagnes.

Bevoegdheid: Dierenwelzijn

Beleidsdomein: Omgeving (OMG)

## Departement/agentschap: **Departement Omgeving**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Huisdierinfo** |
| Inhoud van de advertentie | Mooi weer, laat je huisdier niet achter in de auto |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Ja, vergeleken met een normale FB-post veel hoger bereik. |
| Tijdsperiode | 20/06/2017-24/07/2016 |
| Kostprijs | 167 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

/

# **Jo Vandeurzen Vlaams minister van Welzijn, Volksgezondheid en Gezin**

Bevoegdheid: Welzijn

Beleidsdomein: Welzijn, Volksgezondheid en Gezin (WVG)

## Departement/agentschap: **Departement Welzijn, Volksgezondheid en Gezin**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Weliswaar, welzijns- en gezondheidsmagazine voor Vlaanderen** |
| Inhoud van de advertentie | Beroertezorg: hoe herken je een beroerte? |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: aandacht/views voor campagne (1) + promoten zorgberoepen (2) |
| Meetbaar effect? | Doelgroep 18-50 j. Nederlandstalig. Potentieel bereik 1.560.000, effectief bereik = 70% = meer dan 1.000.000 mensen bereikt (= succesvolle campagne). 927 mensen vonden het bericht leuk, 952 mensen deelden het bericht. |
| Tijdsperiode | 9/5/16 – 12/5/16 en 25/5/16 – 28/5/16 |
| Kostprijs | 8.207,86 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Weliswaar, welzijns- en gezondheidsmagazine voor Vlaanderen** |
| Inhoud van de advertentie | studeren en werken in de zorgsector |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: promoten van zorgopleidingen en -beroepen bij jongeren en zij-instromers |
| Meetbaar effect? | 1.110 websiteclicks en 164 nieuwe volgers op Facebook |
| Tijdsperiode | 18/9/17 – 1/10/17 |
| Kostprijs | 1.739,13 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **1712** |
| Inhoud van de advertentie | Bekendmaking kindvriendelijke website [www.1712.be](http://www.1712.be) en bekendmaking van 1712 bij kinderen en jongeren. |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: slachtoffers van geweld contacteren 1712 |
| Meetbaar effect? | Doelgroep onder 18 j.  Aantal keer de website werd bekeken steeg, het aantal oproepen gericht aan 1712 steeg niet gelijklopend. |
| Tijdsperiode | Maart 2017 |
| Kostprijs | 3.819,96 € (excl. BTW), inclusief 795,96 € fee |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Tijd voor je relatie** |
| Inhoud van de advertentie | Besteed tijd voor je relatie: aandacht voor goeie relaties. Tips via de website. |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: aandacht/views voor campagne (1) + aandacht voor relaties (2) |
| Meetbaar effect? | Doelgroep T18-50 j. Nederlandstalig. Relatie, getrouwd, exclusies single, T18-50 ouders  Bereik 603.903, 1.660.981 weergaven 1.560.000en 17.497 mensen klikten effectief op de link.  FB-pagina kreeg heel wat likes bij. |
| Tijdsperiode | 26/10/16 – 30/10/16 |
| Kostprijs | 7.736,14 € (excl. BTW), waarvan 1.139,5 € fee |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Tijd voor je relatie** |
| Inhoud van de advertentie | Besteed tijd voor je relatie: aandacht voor goeie relaties. Tips via de website. Herhaling |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: aandacht/views voor campagne (1) + aandacht voor relaties (2) |
| Meetbaar effect? | Doelgroep T18-50 j. Nederlandstalig. Relatie, getrouwd, exclusies single, T18-50 ouders  FB-pagina kreeg heel wat likes bij. |
| Tijdsperiode | Juni 2017 |
| Kostprijs | 2.517 € (excl. BTW), waarvan 525 € fee |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **1712** |
| Inhoud van de advertentie | Bekendmaking 1712 bij ouderen |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: slachtoffers van geweld contacteren 1712 |
| Meetbaar effect? | Doelgroep onder 55+ Nederlandstalig  Bereik:348.000 unieke personen  Bezoekersaantal steeg, maar in combinatie met verspreiding van spot op TV. |
| Tijdsperiode | Juni - juli 2017 |
| Kostprijs | 2.538,29 € (excl. BTW), inclusief 222 € fee |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Tijd voor je relatie** |
| Inhoud van de advertentie | Besteed tijd voor je relatie: aandacht voor goeie relaties. Tips via de website. Meer aandacht naar probleem oplossend werken aan relaties. |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: aandacht/views voor campagne (1) + aandacht voor relaties (2) |
| Meetbaar effect? | Doelgroep T18-50 j. Nederlandstalig. Relatie, getrouwd, exclusies single, T18-50 ouders  FB-pagina kreeg heel wat likes bij. |
| Tijdsperiode | Oktober/ november 2017 |
| Kostprijs | 5.583,88 euro (excl. BTW), waarvan 553,36 euro fee |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Weliswaar, welzijns- en gezondheidsmagazine voor Vlaanderen** |
| Inhoud van de advertentie | Bekendmaking website mijnvertrouwenspersoon.be en informeren over het recht op/de rol van de vertrouwenspersoon binnen de jeugdhulp. |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: minderjarigen, ouders en opvoedingsverantwoordelijken sensibiliseren/ informeren over het recht op een vertrouwenspersoon binnen de jeugdhulp. Bekendmaken van de rol van vertrouwenspersoon via hulpverleners en voorzieningen. |
| Meetbaar effect? | Doelgroepen: jongeren (T13-18 jaar NL) en ouders/opvoedingsverantwoordelijken (T35-55 jaar NL).  Per facebookbericht:   * ca. 300.000 bereikte personen * ca. 3.000 clicks op het bericht waarvan 80-90% doorklikken naar het filmpje/website.   Aantal unieke bezoekers van de website:   * Startpagina (/mijn-jeugdhulp/jongere-ouders/vertrouwenspersoon): 9.990 bezoekers – Is zelfs nu nog de tweede meest bezochte pagina op de site jeugdhulp.be * Informatie voor de jongeren: 741 * Informatie voor de vertrouwenspersoon: 1.085 * Informatie voor de ouders: 447   Aankondiging gebeurde eveneens via e-mailing. |
| Tijdsperiode | 3 facebookposts (gepusht via Weliswaar) in de periode 10 tot 31 mei 2017 |
| Kostprijs | 15.501,00 € (excl. btw), inclusief 1.101,00 € fee |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Uit de ervaringen blijkt dat het gebruik van betaalde advertenties op facebook wel degelijk een positief resultaat opleveren en daarom zal dit in de toekomst opnieuw gebruikt worden indien dit nuttig en nodig lijkt.

Bevoegdheid: Gezin

Beleidsdomein: Welzijn, Volksgezondheid en Gezin (WVG)

## Departement/agentschap: **Kind & Gezin**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Kind en Gezin** |
| Inhoud van de advertentie | Promoted posts Bekendmaking Zwangerschaps- en Peutermagazine Kind en Gezin online bestellingen magazine. |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers (secundaire doelstelling)  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: online bestellingen magazines |
| Meetbaar effect? | **Zwangerschapsmagazine**:   * Bereik: 300.000 * Doelgroep: gem. 5.17 maal bereikt * 772 nieuwe fans op pagina   **Peutermagazine**:  Gegevens niet beschikbaar op het moment van de beantwoording van de vraag. |
| Tijdsperiode | Zwangerschapsmagazine: mei-juni 2017  Peutermagazine: december 2017 |
| Kostprijs | 11.288,33 € (incl. BTW) |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Uit de ervaringen blijkt dat het gebruik van betaalde advertenties op facebook wel degelijk een positief resultaat opleveren en daarom zal dit in de toekomst opnieuw gebruikt worden indien dit nuttig en nodig lijkt.

Bevoegdheid: Welzijn, Volksgezondheid en Gezin

Beleidsdomein: Welzijn, Volksgezondheid en Gezin (WVG)

## Departement/agentschap: **Agentschap Vlaamse sociale bescherming**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fit in je Hoofd** |
| Inhoud van de advertentie | Een beeld verzwijgt meer dan 1.000 woorden.  Link advertenties + Video link advertenties |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | • Bereik: 376.474 unieke gebruikers  • Advertentieweergaven: 1.650.937  • Videoweergaven: 119.294  • Clicks naar site: 29.446  • Clickthrough Rate: 1,78% |
| Tijdsperiode | in 2 golven: van 15 t/m 28 januari en 5 t/m 18 februari 2018 |
| Kostprijs | 11.028,00 € excl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vlaamse overheid** |
| Inhoud van de advertentie | Op reis, ver of dichtbij? Laat je liever vaccineren.  Link advertenties + video link advertenties |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Evaluatie volgt – cijfers nog niet beschikbaar |
| Tijdsperiode | 09/04/2018-29/04/2018 |
| Kostprijs | 8.307,61 € excl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Hou griep uit je team** |
| Inhoud van de advertentie | Bescherm jezelf, je collega’s en je patiënten tegen griep. Laat je vaccineren en hou griep uit je team.  Link advertenties + video link advertenties |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 235.997 mensen bereikt  2.309.056 weergaven  26.443 clicks  1,15% CTR  €0,34 CPC |
| Tijdsperiode | 16 oktober tot 16 december 2017 |
| Kostprijs | 10.500 € excl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vlaamse overheid** |
| Inhoud van de advertentie | Zwanger? Laat je vaccineren tegen griep en kinkhoest  Link advertenties |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 2.195.080 weergaven  Bereik: 382.414  CTR: 0.41%  723 New fans  1.127 Post Reactions / 121 Shares / 185 Comments |
| Tijdsperiode | 13/12/2017 – 21/12/2017 |
| Kostprijs | 19.629 € excl. btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vlaamse overheid** |
| Inhoud van de advertentie | Op reis, kinderwens, in contact met ouderen en kwetsbaren, of voor je werk? Laat je liever vaccineren.  Link advertenties + video link advertenties |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | **Doelgroep kinderwens**  Bereik: 304.797  Waarvan 17.196 via Instagram  Weergaven: 652.732  Clicks naar site: 3.648  Waarvan 44 via Instagram  CTR: 1,08%  **Doelgroep reizen**  Bereik: 423.826  Waarvan 20.712 via Instagram  Weergaven: 931.768  Clicks naar site: 7.457  Waarvan 46 via Instagram  CTR: 1,05%  **Doelgroep zorgen voor kwetsbaren**  Bereik: 166.213  Waarvan 10.227 via Instagram  Weergaven: 404.670  Clicks naar site: 3.498  Waarvan 30 via Instagram  CTR: 1,29%  **Doelgroep breed**  Bereik: 328.358  Waarvan 10.081 via Instagram  Weergaven: 492.162  Clicks naar site: 2.528  Waarvan 10 via Instagram  CTR: 1,00% |
| Tijdsperiode | 24 tot en met 30 april 2017 |
| Kostprijs | 18.305 € excl.btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Hou griep uit je team** |
| Inhoud van de advertentie | Bescherm jezelf, je collega’s en je patiënten tegen griep. Laat je vaccineren en hou griep uit je team.  Link advertenties + video link advertenties |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Bereik: 194.335  Clicks to site: 30.432  CTR: 1,77%  CPC: € 0,23 |
| Tijdsperiode | 12 oktober tot 30 november 2016 |
| Kostprijs | 12.440,00 € excl.btw |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vlaamse overheid** |
| Inhoud van de advertentie | De Vlaamse sociale bescherming: zorgen voor elkaar, da’s toch normaal |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: bekendmaking en profilering van de Vlaamse sociale bescherming |
| Meetbaar effect? | 220.024 personen bereikt  813.118 weergaven  15.582 clicks naar website |
| Tijdsperiode | 16/02/2018 – 10/03/2018 |
| Kostprijs | 7.700 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vlaamse overheid** |
| Inhoud van de advertentie | Wat vindt u belangrijk aan een assistentiewoning? – checkassistentiewoning.be |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Niet geëvalueerd |
| Tijdsperiode | 08/03/2017 – 31/12/2017 |
| Kostprijs | 14.590,80 € |

**Instagram advertenties:** (via facebookadvertenties)

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Uit de evaluaties van de campagnes blijkt telkens dat de ingezette sociale mediakanalen een kosten-efficiënt middel zijn om onze doelgroepen te bereiken. Voordeel daarbij is dat er zeer specifiek getarget kan worden in functie van de doelgroep (leeftijd, interesses, etc.). Ook uit de bezoekersstatistieken van de campagnewebsites blijkt dat betaalde advertenties op sociale media een groot aandeel hebben in het verkeer dat de weg naar de campagnewebsite vindt dankzij de advertentie. Het is dus zeker een interessant kanaal om in de mediamix op te nemen. Ook in de toekomst zullen we dit op een meer structurele wijze deel laten uitmaken van de communicatieplannen.

# **Philippe Muyters Vlaams minister van Werk, Economie, Innovatie en Sport**

Bevoegdheid: Werk

Beleidsdomein: Werk en Sociale Economie (WSE)

## Departement/agentschap: **Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling en Beroepsopleiding (VDAB)**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **fb.com/vdab.be** |
| Inhoud van de advertentie | Bij de keuze van berichten proberen we zoveel mogelijk te linken naar onze website:   * artikels uit nieuwsbrief en blogs * producten, opleidingen, getuigenissen * persberichten * berichten uit de actualiteit * communicatiecampagnes * events uit de VDAB-agenda * regionale evenementen/info (in samenspraak met provinciale communicatie-experts) * vacatures voor jobs bij VDAB |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Unieke meetbare link per advertentie. Afhankelijk van de inhoud van de advertentie meten we specifieke acties op onze website. (Inschrijvingen voor opleidingen, sollicitaties voor VDAB-vacatures, lezen van artikels…) |
| Tijdsperiode | Gemiddeld 1 tot 2 weken per advertentie. |
| Kostprijs | Totaalbudget 27.223 € |

**Twitter advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **twitter.com/vdab\_be** |
| Inhoud van de advertentie | Enkel bij specifieke campagnes, zoals op European Employers Day. |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Unieke meetbare link per advertentie. |
| Tijdsperiode | Meestal kortlopende advertenties (enkele dagen) |
| Kostprijs | 1.250 € |

**Instagram advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **www.instagram.com/vdab\_be/** |
| Inhoud van de advertentie | Maakt deel uit van de Facebook-advertenties. (Geen aparte advertenties) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? |  |
| Tijdsperiode |  |
| Kostprijs |  |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Sociale media vormen een laagdrempelig kanaal dat voor alle burgers (werkzoekenden, werknemers en werkgevers) gemakkelijk toegankelijk is.

VDAB gebruikt sociale media, en dan vooral Facebook, als marketingtool.

Via gerichte advertenties zorgt VDAB ervoor dat de posts (aankondiging infosessies, opleidingen, VDAB-vacatures...) de juiste doelgroep bereiken. Ook in de toekomst zal dit medium weloverwogen ingezet worden.

Bevoegdheid: Werk

Beleidsdomein: Werk en Sociale Economie (WSE)

## Departement/agentschap: **Syntra Vlaanderen**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@ideaalduaal** |
| Inhoud van de advertentie | Diverse acties i.k.v. campagne lancering wedstrijd Ideaalduaal:  - likescampagne  - videotestimonials  - call to actions |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Er zijn momenteel 1.226 fans waarvan 873 via advertising.  Er zijn 276.000 video views tijdens de campagne gemeten  In totaal hebben de facebook ads voor 2,8 miljoen impressies gezorgd bij 693.000 mensen  De ‘click to site’ campagnes zorgen samen voor 42,5% van alle traffic naar de website ideaalduaal.be (directe clicks). |
| Tijdsperiode | 19/10/2017 – 8/05/2018 |
| Kostprijs | 7.800 € |

**Instagram advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **ideaalduaal** |
| Inhoud van de advertentie | Video’s met call to action, aftermovies, testimonials |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 159.357 impressies  153.423 bereik |
| Tijdsperiode | 19/10/2017-08/05/2018 |
| Kostprijs | 778,72 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Met een totaal budget van 8578 EUR hebben alle facebook ads samen gezorgd voor 2,8 miljoen impressies bij 693.000 mensen. Het bereik van grote groepen via social media is bijzonder krachtig en past binnen een gedifferentieerde aanpak van mediaplanning. De diverse sociale media hebben elk hun eigen karakteristieken waarmee gericht naar diverse doelgroepen kan geadverteerd worden. Bijkomend voordeel is de meetbaarheid van het doorklikgedrag naar websites. Ook in de toekomst zal dit medium weloverwogen ingezet worden.

Bevoegdheid: Innovatie

Beleidsdomein: Economie, Wetenschap en Innovatie (EWI)

## Departement/agentschap: **Fonds Wetenschappelijk Onderzoek – Vlaanderen**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vraag voor de wetenschap** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie van de campagne – oproep tot deelname aan het project |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Na afloop van het project zal dit geëvalueerd worden (aantal ontvangen vragen etc.) . |
| Tijdsperiode | 17 april – 27 mei 2018 |
| Kostprijs | Het gehele budget voor de aankoop van sociale media voor de campagne “Vraag voor de wetenschap”(zowel Facebook als Twitter) werd door de media-partner in de offerte bepaald op +/- 12.000,00 euro, excl. BTW (overheidsopdracht). Dit betreft een eenmalig budget specifiek in functie van het project van de Wetenschapsagenda/”Vraag voor de wetenschap”. |

**Twitter advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vraag voor de wetenschap - @vraagvdw** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie van de campagne – oproep tot deelname aan het project |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Na afloop van het project zal dit geëvalueerd worden (aantal ontvangen vragen – demografische gegevens e.a.) |
| Tijdsperiode | 17 april – 27 mei 2018 |
| Kostprijs | Het gehele budget voor de aankoop van sociale media voor de campagne “Vraag voor de wetenschap”(zowel Facebook als Twitter) werd door de media-partner in de offerte bepaald op +/- 12.000,00 euro, excl. BTW (overheidsopdracht) Dit betreft een eenmalig budget specifiek in functie van het project van de Wetenschapsagenda/”Vraag voor de wetenschap”. |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Zoals hierboven aangegeven zullen we het nut van deze campagnes nog evalueren na afloop er van.

Bevoegdheid: Wetenschapsbeleid

Beleidsdomein: Economie, Wetenschap en Innovatie (EWI)

## Departement/agentschap: **Agentschap Plantentuin Meise**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Botanic Garden Meise** |
| Inhoud van de advertentie | Aankondiging pop-up picknick |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Ja, enige vorm van promotie: 500 mensen zijn opgedaagd |
| Tijdsperiode | 24/08/2016 16u56 tot 26/08/2016 16u56 |
| Kostprijs | 20,17 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | Botanic Garden Meise |
| Inhoud van de advertentie | Aankondiging Winterfloridylle |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Moeilijk gezien niet de enige vorm van publiciteit. |
| Tijdsperiode | 23/12/2016 15u51 tot 06/01/2017 17u42 |
| Kostprijs | 103,60 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Plantentuin Meise heeft 2 x via facebook geadverteerd als proef. Voor het doelpubliek dat we willen bereiken is dit een doeltreffende en kosten/baten erg goedkope manier van promotie voeren. In de toekomst zouden we nog dergelijke advertenties willen doen.

Bevoegdheid: Economie

Beleidsdomein: Economie, Wetenschap en Innovatie (EWI)

## Departement/agentschap: **Participatiemaatschappij Vlaanderen**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **https://www.facebook.com/pmvz.eu** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie van verschillende cases over PMV/z, het submerk van PMV, en van zaken over het ondernemerschap in het algemeen |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 251.818 personen bereikt, 989.937 weergaven |
| Tijdsperiode | Gestart begin maart 2018, lopende |
| Kostprijs | 1.325,78 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Het leidt geen twijfel dat de digitale en sociale media meer en meer marktaandeel wint. Facebook bijvoorbeeld telt 6,2 miljoen gebruikers in België, waarvan 80% dagelijks inlogt. Bovendien blijkt ook uit cijfers dat het belang dat sociale media inneemt omgekeerd evenredig is met het plaatsen van analoge print.

Bovendien is het prijs/kwaliteit een uitstekende manier om de doelgroep te bereiken, een doelgroep die bovendien goed kan gesegmenteerd worden en waarbij de campagnes via het meten-is-wetenprincipe goed kunnen opgevolgd en bijgestuurd worden.

Bevoegdheid: Economie

Beleidsdomein: Economie, Wetenschap en Innovatie (EWI)

## Departement/agentschap: **Agentschap Innoveren & Ondernemen (VLAIO)**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**@VLAIO.be**](https://www.facebook.com/VLAIO.be) |
| Inhoud van de advertentie | Gerichte post om RSVP’s te krijgen voor het startevent van de [Week van de Bedrijfsoverdracht](http://www.weekvandebedrijfsoverdracht.be/). |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: RSVP’s |
| Meetbaar effect? | Bereik: 8.582  Impressies: 77.384 |
| Tijdsperiode | 10/10/2017 tot 17/10/2017 |
| Kostprijs | 94,92 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**@VLAIO.be**](https://www.facebook.com/VLAIO.be) |
| Inhoud van de advertentie | 10 gerichte posts om meer views te krijgen op video’s van VLAIO en haar partners. |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: views op videos |
| Meetbaar effect? | Bereik: 19.018  Impressies: 27.143 |
| Tijdsperiode | 26/06/2017 tot 24/04/2018 |
| Kostprijs | 69 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**@VLAIO.be**](https://www.facebook.com/VLAIO.be) |
| Inhoud van de advertentie | 40 gerichte posts om meer bereik te krijgen voor nieuws, evenementen en ondernemersverhalen van [www.vlaio.be](http://www.vlaio.be). |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Bereik: 54.399  Impressies: 81.224 |
| Tijdsperiode | 27/02/2017 tot 30/04/2018 |
| Kostprijs | 372,81 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**@VLAIO.be**](https://www.facebook.com/VLAIO.be) |
| Inhoud van de advertentie | 9 gerichte posts om clicks te krijgen voor nieuws, evenementen, vacatures, videos en campagnes die leiden naar [www.vlaio.be](http://www.vlaio.be). |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Bereik: 13.776  Impressies: 19.789 |
| Tijdsperiode | 12/05/2017 tot 30/04/2018 |
| Kostprijs | 104 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**@VLAIO.be**](https://www.facebook.com/VLAIO.be) |
| Inhoud van de advertentie | Campagne uitgevoerd door RCA om de [Week van de Mogelijkheden](https://www.weekvandemogelijkheden.be/) bij het jonge publiek bekend te maken. Deze campagne werd gestuurd via Facebook Ads Manager en liep ook in Instagram. |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Bereik: 1.227.937  Impressies: 7.208.704  Link clicks: 14.333  CPC: € 1,11  CPM: € 2,26  CTR: 0,20%  Video views: 447.208  CPV: € 0,04 |
| Tijdsperiode | 01/04/2018 tot 25/04/2018 |
| Kostprijs | 16.483,18€ |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**@VLAIO.be**](https://www.facebook.com/VLAIO.be) |
| Inhoud van de advertentie | Campagne ‘[Blijf niet zitten met je ondernemersvragen](https://www.vlaio.be/nl/nieuws/blijf-niet-zitten-met-je-ondernemersvragen)’ om de businesscasegerichte benadering van VLAIO breed bekend te maken. Uitgevoerd door RCA. |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Bereik: 267.115  Impressies: 587.315  Link clicks: 5.767  CPC: € 0,2  CPM: € 5,16  CTR: 2,32  Video views: 39.958  CPV: € 0,03 |
| Tijdsperiode | 01/04/2018 tot 25/04/2018 |
| Kostprijs | 1.084,56 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Enerzijds blijven sociale media aan populariteit winnen, met zo’n 7,5 miljoen Belgen die één of meerdere platformen gebruiken en er ook steeds meer tijd op spenderen, al dan niet mobiel. Ook bij oudere leeftijdscategorieën winnen sociale media aan belang. Anderzijds maken sociale media het organisaties moeilijker om organisch (dus gratis) bereik te krijgen. Het nieuwe Facebook algoritme geeft bijvoorbeeld de voorkeur aan person-to-person connecties, waardoor het als pagina noodzakelijk wordt om bereik te betalen. Sociale media zijn (voorlopig) nog steeds erg goedkoop, met zeer lage productiekosten, in vergelijking met andere communicatiekanalen. Je kan via sociale media ook heel selectief adverteren: je kan jouw beoogde doelgroep afbakenen op basis van locatie, geslacht, leeftijd en eventueel interesses.

Je kan via sociale media makkelijk monitoren of je boodschap aanslaat bij je doelgroep. Je krijgt gedetailleerde cijfers van je campagne en kan zo jouw return on investment concreet berekenen, Op basis hiervan kan je de campagne op elk moment evalueren en desgewenst bijsturen.

We willen deze vorm van advertising in de toekomst verder inzetten. VLAIO is momenteel al actief op diverse sociale media platformen en zal dit verder uitbouwen om het Vlaams ondernemerslandschap te blijven informeren en inspireren.

Bevoegdheid: Sport

Beleidsdomein: Cultuur, Jeugd, Sport en Media (CJSM)

## Departement/agentschap: **Agentschap Sport Vlaanderen**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Facebook Sport Vlaanderen** |
| Inhoud van de advertentie | Goede voornemens 2018 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Vlamingen werden aangemoedigd om een unieke powersongplaylist te downloaden die hen begeleidt tijdens het joggen: Verspreiden boodschap campagne + downloaden playlists |
| Meetbaar effect? | Download powerplaylists: 3.505 |
| Tijdsperiode | 10/01/2018 – 31/01/2018 |
| Kostprijs | 6.521,74 € (incl. BTW) |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Facebook Sport Vlaanderen** |
| Inhoud van de advertentie | Olympische Winterspelen 2018 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Verspreiden videoboodschap campagne + linken naar website |
| Meetbaar effect? | Bereik: 227.126  Doorkliks: 383 |
| Tijdsperiode | 01/02/2018 - 28/02/2018 |
| Kostprijs | 8.226,66 € (incl. BTW) |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Facebook Sport Vlaanderen** |
| Inhoud van de advertentie | Sportkampen 2018 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promoten sportkampen |
| Meetbaar effect? | Resultaten nog niet binnen |
| Tijdsperiode | 26/03/2018 – 26/04/2018 |
| Kostprijs | 8.928,35 € (incl. BTW) |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Facebook Sport Vlaanderen** |
| Inhoud van de advertentie | #Sportersbelevenmeer: jouw foto op de tram in Antwerpen of Gent 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: bewustwording rond hashtag Sportersbelevenmeer doormiddel van een wedstrijd waar mensen foto’s konden inzenden om op de tram te komen. |
| Meetbaar effect? | Bereik: 440.447  Doorkliks: 7.878 |
| Tijdsperiode | 25/01/2017-30/01/2017 |
| Kostprijs | 1.605,03 € (incl. BTW) |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Facebook Sport Vlaanderen** |
| Inhoud van de advertentie | Promotiecampagne Sport op het Werk 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Promotie aanbod Sport op het Werk + linken naar website |
| Meetbaar effect? | Bereik: 357.863  Doorkliks: 4.706 |
| Tijdsperiode | 06/03/2017 – 14/03/2017 |
| Kostprijs | 2.958,77 € (incl. BTW) |

**Twitter advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@sportvlaanderen** |
| Inhoud van de advertentie | Sport Innovatie Congres 17/10/2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: merkbekendheid |
| Meetbaar effect? | 211.596 |
| Tijdsperiode | 20/09/2017-17/10/2017 |
| Kostprijs | 392 € (incl. BTW) |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@sportvlaanderen** |
| Inhoud van de advertentie | Sport op het werk |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: merkbekendheid |
| Meetbaar effect? | 208.223 |
| Tijdsperiode | 12/09/2017-18/10/2017 |
| Kostprijs | 400 € (incl. BTW) |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Het bereik van campagneadvertenties via sociale media werkt voor de meeste campagnes bijzonder goed gezien je doelgroepen heel goed kan targetten én bereiken. Bovendien is de kostprijs een pak lager dan in traditionele media en kan je je boodschap tijdens de campagne nog bijsturen. We blijven dus ook in de toekomst campagnes via sociale media brengen indien deze relevant zijn om de doelgroep en boodschap te brengen.

# **Joke Schauvliege Vlaams minister van Omgeving, Natuur en Landbouw**

Bevoegdheid: Leefmilieu

Beleidsdomein: Omgeving (OMG)

## Departement/agentschap: **Departement Omgeving**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Week van de bij** |
| Inhoud van de advertentie |  |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Ja, duidelijke verhoging van het aantal volgers & aantal bezoekers aan de website |
| Tijdsperiode | 12/05/2017-04/06/2017 |
| Kostprijs | 200,47 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

/

Bevoegdheid: Afval-, materialen- en bodembeleid

Beleidsdomein: Omgeving (OMG)

## Departement/agentschap: **Openbare Vlaamse Afvalstoffenmaatschappij**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **ovam.be** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie Open Bedrijvendag 2016 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: promotie van een event |
| Meetbaar effect? | 9.266 bereikte personen |
| Tijdsperiode | 23 september 2016 tot 2 oktober 2016 |
| Kostprijs | 100 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **ovam.be** |
| Inhoud van de advertentie | Welk event wordt het groenste van Vlaanderen? |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: promotie van een event |
| Meetbaar effect? | Tot nu toe (dd 15 mei 2018) 1.530 mensen bereikt |
| Tijdsperiode | Mei 2018 (nog niet afgelopen) |
| Kostprijs | 70 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **ovam.be** |
| Inhoud van de advertentie | Campagne sorteren in bedrijven |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: sensibiliseren en informeren |
| Meetbaar effect? | impressies: 966.518, kliks: 11.942, CTR: 1.24%, CPM: €5.07 |
| Tijdsperiode | 6 december 2017 tot 27 december 2017 |
| Kostprijs | 4.899,89 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **ovam.be** |
| Inhoud van de advertentie | Nieuwe sorteerverplichting plastics + promotie cirkeltips |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: sensibiliseren en informeren |
| Meetbaar effect? | impressies: 239.124, kliks: 1.917, CTR: 0.80%, CPM: €7.54 (tem 15/05/2018) |
| Tijdsperiode | 10 April 2018 tot 7 juni 2018 |
| Kostprijs | 1.803,60 € (tem 15/05/2018) |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Ecodesignlink.be** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie Deelname Ecodesign Awards voor studenten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen betrokkenheid |
| Meetbaar effect? | 126.286 bereik, 557.242 weergaven |
| Tijdsperiode | 31/03/2016 tot 10/07/2016 |
| Kostprijs | 544,86 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Ecodesignlink.be** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie Deelname Ecodesign Awards voor studenten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen betrokkenheid |
| Meetbaar effect? | 62.257 bereik, 132.161 weergaven |
| Tijdsperiode | 15/06/2017 tot 09/07/2017 |
| Kostprijs | 359,95 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@groenevent** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie deelname Groenevent Awards |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 833.628 impressies (met inbegrip van inspanningen programmatic en nieuwsbrief eventplanner). |
| Tijdsperiode | 8 juni 2017 tot 19 september 2017 |
| Kostprijs | 1.550 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **indevuilbak** |
| Inhoud van de advertentie | Zomercampagne 2016 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: sensibiliseren en informeren |
| Meetbaar effect? | Totaal bereik: 1.685.000 |
| Tijdsperiode | Juli – september 2016 |
| Kostprijs | 75.400€ (\*) |

\*betaald met aanvullende bijdrage van het verpakkend bedrijfsleven, raamcontract Mindshare OVAM

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Mooimakers.be** |
| Inhoud van de advertentie | Lenteschoonmaak 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: sensibiliseren en informeren |
| Meetbaar effect? | Uniek bereik: 2.359.233; Impressies: 2.378.457 |
| Tijdsperiode | 2de helft maart 2017 |
| Kostprijs | 20.000 € (\*) |

\*betaald met aanvullende bijdrage van het verpakkend bedrijfsleven, raamcontract Mindshare OVAM

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Mooimakers.be** |
| Inhoud van de advertentie | Zomercampagne 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: sensibiliseren en informeren |
| Meetbaar effect? | Totaal bereik: 3.120.428; impressies: 8.800.247; Clicks: 23.404 |
| Tijdsperiode | 29/5/17 – 19/9/17 |
| Kostprijs | 79.715 € (\*\*) |

\*\*betaald met aanvullende bijdrage van het verpakkend bedrijfsleven

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Mooimakers.be** |
| Inhoud van de advertentie | Structurele posts (buiten campagneperiode) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: sensibiliseren en informeren |
| Meetbaar effect? | bereik: 2.212.694; clicks: 93.530 |
| Tijdsperiode | 1 maart 2017 – 30 april 2018 (\*\*) |
| Kostprijs | 8.568 € |

\*\*betaald met aanvullende bijdrage van het verpakkend bedrijfsleven

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Mooimakers.be** |
| Inhoud van de advertentie | Page like ad |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: sensibiliseren en informeren |
| Meetbaar effect? | Uniek bereik: 265.884; Impressies: 2.094.982; page likes: 15.904 |
| Tijdsperiode | 3/7/17 – 30/11/17 |
| Kostprijs | 14.107 € (\*\*) |

\*\*betaald met aanvullende bijdrage van het verpakkend bedrijfsleven

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Mooimakers. be** |
| Inhoud van de advertentie | Operatie Proper |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: sensibiliseren en informeren |
| Meetbaar effect? | Totaal bereik: 218.859; Impressies: 391.990; clicks: 702 |
| Tijdsperiode | 11/12/2017 - 24/12/2017 |
| Kostprijs | 3.393 € (\*\*) |

\*\*betaald met aanvullende bijdrage van het verpakkend bedrijfsleven

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Mooimakers. be** |
| Inhoud van de advertentie | Handhavingsweek 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: sensibiliseren en informeren |
| Meetbaar effect? | bereik: 154.307; Impressies: 206.194; clicks: 2.217 |
| Tijdsperiode | 13 – 25 september 2017 |
| Kostprijs | 7.500 € (\*\*) |

\*\*betaald met aanvullende bijdrage van het verpakkend bedrijfsleven

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Mooimakers. be** |
| Inhoud van de advertentie | Lenteschoonmaak 2018 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: sensibiliseren en informeren |
| Meetbaar effect? | Bereik: 28.555; impressies: 51.043; clicks: 1.988 |
| Tijdsperiode | 21 – 31 maart 2018 |
| Kostprijs | (\*\*) |

\*\*betaald met aanvullende bijdrage van het verpakkend bedrijfsleven

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Mooimakers. be** |
| Inhoud van de advertentie | Oude Hypes - #doenormaal |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: sensibiliseren en informeren |
| Meetbaar effect? | Bereik: 1.040.207; impressies: 1.466.252; clicks: 6.982 |
| Tijdsperiode | 12 - 26 maart 2018 |
| Kostprijs | 18.980 € (\*\*) |

\*\*betaald met aanvullende bijdrage van het verpakkend bedrijfsleven

**Instagram advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **OVAM­\_ecodesign.link** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie deelname Ecodesign Awards voor studenten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 1.533.565 weergaven, 162.313 bereik |
| Tijdsperiode | 24/06/2017 tot 09/07/2017 |
| Kostprijs | 937,35 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **OVAM­\_ecodesign.link** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie deelname Ecodesign Awards voor studenten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 384.222 weergaven en 121.534 bereik |
| Tijdsperiode | 08/05/2017 tot 30/06/2017 |
| Kostprijs | 528,58 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **OVAM­\_ecodesign.link** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie deelname Ecodesign Awards voor studenten, promotie podcasts |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 179.644 weergaven, 22.421 bereik |
| Tijdsperiode | 15/04/2018 tot … (lopende) |
| Kostprijs | 119,04 € (tot 15 mei 2018) |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Betaalde advertenties verhogen het bereik van de Vlaamse overheid aanzienlijk. Bovendien kunnen we heel gericht targetten om zo de doelgroep optimaal te bereiken. We gaan in de toekomst zeker nog verder investeren in social advertising, o.m. voor het zoeken van nieuwe contacten. In de nabije toekomst zullen we social advertising gebruiken om het WRF-congres (februari 2019) op de kaart te zetten en de ticketverkoop te stimuleren.

Oordeel Mooimakers/Indevuilbak: we hebben kunnen vaststellen dat de social media-aanpak geleid heeft tot een toename van het aantal page likes van 2.300 in 2016 naar meer dan 22.000 momenteel. We merken ook een sterk verhoogde interactie die bovendien veel positiever verloopt. We creëren met onze aanpak duidelijk echte zwerfvuilambassadeurs.

Bevoegdheid: Leefmilieu, natuur en plattelandsbeleid

Beleidsdomein: Omgeving (OMG)

## Departement/agentschap: **De Watergroep**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

Algemene doel: met kleine budgetten een groter aantal personen bereiken om te sensibiliseren rond de voordelen van het drinken van kraantjeswater. Ook via wedstrijden.

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@drinkraantjeswater** |
| Inhoud van de advertentie | Wedstrijd goede voornemens drink meer kraantjeswater en win hotelovernachting (in kraantjeswaterhotel) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: promotie wedstrijd |
| Meetbaar effect? | Betrokkenheid: 182 personen / bereik: 6.796 personen |
| Tijdsperiode | 06/01/16 – 09/01-16 + 11/01/16 – 15/01/16 |
| Kostprijs | 10,99 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@drinkraantjeswater** |
| Inhoud van de advertentie | Bewustmaking in kader van Wereldwaterdag + wedstrijd kraantjeswaterselfie en win drinkfles |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: promotie wedstrijd |
| Meetbaar effect? | Betrokkenheid: 95 personen / bereik: 2.711 personen |
| Tijdsperiode | 21/03/16 – 22/03/16 |
| Kostprijs | 4,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@drinkraantjeswater** |
| Inhoud van de advertentie | Aankondiging peterschap Herman Verbruggen |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Bereik: 463 personen (=weinig effect) aantal extra volgers: niet meer te achterhalen |
| Tijdsperiode | 23/04/16 |
| Kostprijs | 1,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@drinkraantjeswater** |
| Inhoud van de advertentie | Deelnemen aan online enquête over kraantjeswater + prijzen te winnen |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen aantal deelnemers enquête |
| Meetbaar effect? | Bereik: 3.542 personen / weergaven: 5.572 |
| Tijdsperiode | 10/06/16 – 24/06/16 |
| Kostprijs | 14,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@drinkraantjeswater** |
| Inhoud van de advertentie | Deelnemen aan online enquête over kraantjeswater + prijzen te winnen |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen aantal deelnemers enquête |
| Meetbaar effect? | Bereik: 1.601 personen / weergaven: 2.210 |
| Tijdsperiode | 29/06/16 – 01/07/16 |
| Kostprijs | 4,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@drinkraantjeswater** |
| Inhoud van de advertentie | Deelname wedstrijd drinkfles ism Contigo (+ extra inschrijvingen nieuwsbrief verwerven) – post 1 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: deelname wedstrijd / extra inschrijvingen nieuwsbrief |
| Meetbaar effect? | Betrokkenheid: 223 personen / bereik: 7.140 personen / weergaven: 10.356 / 261 nieuwe inschrijvingen op nieuwsbrief |
| Tijdsperiode | 04/08/16 – 06/08/16 |
| Kostprijs | 7,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@drinkraantjeswater** |
| Inhoud van de advertentie | Deelname wedstrijd drinkfles ism Contigo (+ extra inschrijvingen nieuwsbrief verwerven) – post 2 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: deelname wedstrijd / extra inschrijvingen nieuwsbrief |
| Meetbaar effect? | Betrokkenheid: 64 personen / bereik: 2.823 personen / weergaven: 3.339 / 261 nieuwe inschrijvingen op nieuwsbrief |
| Tijdsperiode | 04/08/16 – 06/08/16 |
| Kostprijs | 7,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@drinkraantjeswater** |
| Inhoud van de advertentie | Sintwedstrijd |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: promotie wedstrijd |
| Meetbaar effect? | Bereik: 1.234 personen / weergaven: 1.588 |
| Tijdsperiode | 07/12/16 – 10/12/16 |
| Kostprijs | 5,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@drinkraantjeswater** |
| Inhoud van de advertentie | Eindejaarswedstrijd |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: promotie wedstrijd |
| Meetbaar effect? | Betrokkenheid: 59 personen / bereik: 1.559 personen / weergaven: 2.246 |
| Tijdsperiode | 03/01/17 – 07/01/17 |
| Kostprijs | 5,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@drinkraantjeswater** |
| Inhoud van de advertentie | Deelname wedstrijd drinkfles ism Contigo (+ extra inschrijvingen nieuwsbrief verwerven) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: deelname wedstrijd / extra inschrijvingen nieuwsbrief |
| Meetbaar effect? | Betrokkenheid: 213 personen / bereik: 4.179 personen / weergaven: 5.229 / 178 nieuwe inschrijvingen op nieuwsbrief |
| Tijdsperiode | 14/07/17 – 20/07/17 |
| Kostprijs | 8,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **@drinkraantjeswater** |
| Inhoud van de advertentie | Sintwedstrijd |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: promotie wedstrijd |
| Meetbaar effect? | Bereik: 751 personen / weergaven: 859 |
| Tijdsperiode | 04/12/17 – 05/12/17 |
| Kostprijs | 4,00 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

De Watergroep maakt maar beperkt gebruik van betaalde advertenties op sociale media. Deze beperkte bedragen leveren resultaat op, maar uiteraard in verhouding tot de omvang van de campagne.

Bevoegdheid: Leefmilieu, natuur en plattelandsbeleid

Beleidsdomein: Omgeving (OMG)

## Departement/agentschap: **Vlaamse Landmaatschappij**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vlaamse Landmaatschappij** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie Merodehappening |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen van het aantal deelnemers aan het evenement, naar aanleiding van openstelling realisaties landinrichting in het plattelandsproject de Merode |
| Meetbaar effect? | Positief. Exacte cijfers zijn niet meer vindbaar in FB-statistieken. |
| Tijdsperiode | 29 mei 2016 |
| Kostprijs | 50 € incl. BTW |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vlaamse Landmaatschappij** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie Vennenfestival |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen van het aantal deelnemers aan het evenement, naar aanleiding van de viering van het einde van het natuurinrichtingsproject Turnhouts Vennengebied |
| Meetbaar effect? | Positief. Exacte cijfers zijn niet meer vindbaar in FB-statistieken. |
| Tijdsperiode | 11 september 2016 |
| Kostprijs | 50 € incl. BTW |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vlaamse Landmaatschappij** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie buurtlab Curange-Les-Bains (Green4Grey) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: verhogen van het aantal deelnemers aan het evenement |
| Meetbaar effect? | Positief. Exacte cijfers niet terug te vinden in statistieken FB. |
| Tijdsperiode | 17 september 2016 |
| Kostprijs | 9 € incl. BTW |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

De Vlaamse Landmaatschappij heeft de voorbije jaren nauwelijks gebruik gemaakt van betaalde campagnes die gelanceerd werden via haar sociale media-kanalen. Er werd enkel geëxperimenteerd op Facebook, bij het promoten van publieksevenementen naar aanleiding van realisaties landinrichting of natuurinrichting. Met het oog op het bereiken van zoveel mogelijk burgers, kan deze manier van reclame maken een positief effect hebben op het succes van die evenementen. De evenementen waarvan sprake richten zich tot alle bewoners van een gebied en de toegang is steeds gratis.

Bevoegdheid: Milieu

Beleidsdomein: Omgeving (OMG)

## Departement/agentschap: **Vlaamse Milieumaatschappij**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **FACEBOOK - 2016 Zonder is Gezonder** |
| Inhoud van de advertentie | Hou je tuin pesticidenvrij – Mijn gifvrije tuin |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website www.vmm.be/mijngifvrijetuin  andere: sensibiliseren |
| Meetbaar effect? | Click through ratio naar website, aantal likes op FB |
| Tijdsperiode | 17/05/2016 – 29/05/2016 |
| Kostprijs | 4.087,05 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **FACEBOOK – 2016 Kwaliteit Zwemwater** |
| Inhoud van de advertentie | Waar is het veilig en gezond zwemmen in Vlaanderen?  Samenwerkingsoverkomst  VMM – Ag. Zorg en Gezondheid |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website www.kwaliteitzwemwater.be  andere: |
| Meetbaar effect? | Click through ratio naar website, aantal likes op FB |
| Tijdsperiode | 08/07/2016 – 22/07/2016 |
| Kostprijs | 9.007,14 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **FACEBOOK – 2017 Mijn gifvrije tuin**  **Vlaams Actieplan Pesticiden** |
| Inhoud van de advertentie | Hou je tuin pesticidenvrij – Mijn gifvrije tuin |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website www.vmm.be/mijngifvrijetuin  andere: sensibilisering |
| Meetbaar effect? | Click through ratio naar website, aantal likes op FB |
| Tijdsperiode | 17 - 30/04/2017 |
| Kostprijs | 7.809,73 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **FACEBOOK – 2017 Kwaliteit Zwemwater** |
| Inhoud van de advertentie | Waar is het veilig en gezond zwemmen in Vlaanderen?  Samenwerkingsoverkomst  VMM – Ag. Zorg en Gezondheid |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website www.kwaliteitzwemwater.be  andere: |
| Meetbaar effect? | Click through ratio naar website, aantal likes op FB  Segmentering per regio met 31 types advertentie |
| Tijdsperiode | 20 – 25/07/2017 en 15 – 20/08/2017 |
| Kostprijs | 10.521,75 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **FACEBOOK – 2017 Glyfosaatverbod** |
| Inhoud van de advertentie | Bekendmaking van het glyfosaatverbod |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: bekendmaking beleid, sensibilisering |
| Meetbaar effect? | Reactie adhv indeling in sociale klasse en interesses op facebook, eigenaar of huurder,… |
| Tijdsperiode | 20/07/2017 – 01/08/2017 |
| Kostprijs | 8.260,86 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **FACEBOOK – 2017 Opening Radartoren Houthalen-Helchteren** |
| Inhoud van de advertentie | Uitnodiging publieksevent inhuldiging radartoren Houthalen-Helchteren |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: uitnodiging event |
| Meetbaar effect? | Aantal deelnemers aan het event |
| Tijdsperiode | 06/09/2017 – 10/09/2017 |
| Kostprijs | 434,55 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **FACEBOOK – 2018 jobadvertentie Werftoezichter** |
| Inhoud van de advertentie | Jobadvertentie Werftoezichter |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: jobadvertentie |
| Meetbaar effect? | Aantal ingediende sollicitaties |
| Tijdsperiode | 12/03/2018 – 31/03/2018 |
| Kostprijs | 1.739,13 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **FACEBOOK – 2018 jobadvertentie Communicatiespecialist ZULU** |
| Inhoud van de advertentie | Jobadvertentie Communicatiespecialist ZULU |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: jobadvertentie |
| Meetbaar effect? | Aantal ingediende sollicitaties |
| Tijdsperiode | 12/03/2018 – 21/03/2018 |
| Kostprijs | 411,64 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **FACEBOOK – 2018 Campagne Mijn gifvrije tuin**  **Voegenborstels** |
| Inhoud van de advertentie | Breng je pesticiden binnen op een recyclagepark en ontvang een voegenborstel in ruil. |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website www.vmm.be/mijngifvrijetuin  andere: inleveractie op recyclagepark, sensibilisering |
| Meetbaar effect? | Aantal reacties op FB, bekendheid van de actie |
| Tijdsperiode | 16/04/2018 – 24/04/2018 |
| Kostprijs | 10.521,74 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

In het algemeen is de ervaring van VMM met betalende advertenties op Facebook positief (hoge responsgraad, gunstige prijs/kwaliteitverhouding).

Bevoegdheid: Natuur

Beleidsdomein: Omgeving (OMG)

## Departement/agentschap: **Agentschap voor Natuur en Bos**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **www.facebook.com/weekvanhetbos** |
| Inhoud van de advertentie | Campagne 2016 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website www.weekvanhetbos.be  andere: aanzetten tot deelname activiteiten Week van het Bos |
| Meetbaar effect? | 2.242 page likes – bereik van 120.627 personen.  6.816 post engagements – bereik van 48.283 personen 1.030 web clicks – bereik van 122.591 personen  alles samen 648.579 views |
| Tijdsperiode | 1 juli 2016 – 20 oktober 2016 |
| Kostprijs | 1.500 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **www.facebook.com/weekvanhetbos** |
| Inhoud van de advertentie | Campagne 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website www.weekvanhetbos.be  andere: aanzetten tot deelname activiteiten Week van het Bos |
| Meetbaar effect? | alles samen 407.503 views |
| Tijdsperiode | 1 juli 2017 – 20 oktober 2017 |
| Kostprijs | 5.300 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **www.facebook.com/natuurenbos** |
| Inhoud van de advertentie | Promo voor www.boscompenseren.be |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 93.632 views  Er werd ondertussen al 68 ha extra bos aangelegd in Vlaanderen via www.boscompenseren.be. |
| Tijdsperiode | Augustus 2016 |
| Kostprijs | 200 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **www.facebook.com/natuurenbos** |
| Inhoud van de advertentie | Beleef de natuur – campagne 2016 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website www.natuurenbos.be  andere: aanzetten om de natuur in trekken |
| Meetbaar effect? | Juli-december 2016: 234.887 mensen bereikt |
| Tijdsperiode | Januari tot december 2016 |
| Kostprijs | 1.100 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **www.facebook.com/natuurenbos** |
| Inhoud van de advertentie | Beleef de natuur – campagne 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: aanzetten om de natuur in te trekken |
| Meetbaar effect? | juli - december 2017: 55.328 unieke personen bereikt, 7.048 keer kregen de ads een like, share of comment. |
| Tijdsperiode | Januari tot december 2017 |
| Kostprijs | 3.000 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **www.facebook.com/natuurenbos** |
| Inhoud van de advertentie | Picknickwedstrijd |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: deelname picknickwedstrijd |
| Meetbaar effect? | 54.921 unieke mensen bereikt  1.138 kliks naar de webpagina |
| Tijdsperiode | Augustus 2017 |
| Kostprijs | 250 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **www.facebook.com/natuurenbos** |
| Inhoud van de advertentie | Winterwedstrijd 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: deelname winterwedstrijd |
| Meetbaar effect? | 50.786 unieke mensen bereikt  1.774 kliks naar de webpagina |
| Tijdsperiode | December 2017 |
| Kostprijs | 800 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **www.facebook.com/natuurenbos** |
| Inhoud van de advertentie | De wolf |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: informeren over de wolf |
| Meetbaar effect? | 119.154 views |
| Tijdsperiode | Maart 2018 |
| Kostprijs | 150 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **www.facebook.com/natuurenbos** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie [www.hyacintenfestival.be](http://www.hyacintenfestival.be) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: sensibilisering hyacinten |
| Meetbaar effect? | Bereik:1.217.264  kliks: 37.480  Reacties: 22.151  Post gedeeld: 1650 |
| Tijdsperiode | April-mei 2018 |
| Kostprijs | 19.130,44 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Een van de doelen van het beleid van minister Schauvliege is meer mensen warm maken voor een bezoek aan onze natuurgebieden. De website is een belangrijk middel om onze bezoekers wegwijs te maken in onze natuurgebieden. De sociale media zijn een goede hefboom om meer mensen naar onze website, en dus ook naar onze natuur, te krijgen.

De bezoekerscijfers van [www.natuurenbos.be](http://www.natuurenbos.be) bewijzen dat de website in stijgende lijn is, onder andere dankzij onze sociale media. In 2016 telden we 604.178 unieke bezoekers op jaarbasis, in 2017 zijn dat er al 832.178. Ook in 2018 zit dat in stijgende lijn.

Ook bij [www.weekvanhetbos.be](http://www.weekvanhetbos.be) is dezelfde trend te zien. Via deze website willen we de campagne Week van het Bos in de verf zetten en de speciale natuuractiviteiten in de herfst promoten. In 2016 telden we op deze site 21.207 unieke bezoekers. In 2017 waren dat er al 30.555. De sociale media hebben een belangrijk aandeel in die stijging.

In de toekomst zullen zowel betaalde als onbetaalde sociale media verder ingezet worden om natuurbeleving te promoten. Daarbij zal meer ingezet worden op Instagram.

Bevoegdheid: Landbouw en Visserij

Beleidsdomein: Landbouw en Visserij (LV)

## Departement/agentschap: **Vlaams Centrum voor Agro- & Visserijmarketing (VLAM)**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Pro (1381203885481032)** |
| Inhoud van de advertentie | LVBO sponsored posts VJ 2018 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Weergave landingspagina |
| Tijdsperiode | 28/03/2018-29/04/2018 |
| Kostprijs | 1.647,99 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Pro (1381203885481032)** |
| Inhoud van de advertentie | Bien de chez nous NJ 2017 - boost fans Facebook - Like ad |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Pagina vind-ik-leuks |
| Tijdsperiode | 04/12/2017-01/01/2018 |
| Kostprijs | 1.050 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Pro (1381203885481032)** |
| Inhoud van de advertentie | LVBO NJ 2017 - boost fans Facebook |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Pagina vind-ik-leuks |
| Tijdsperiode | 29/11/2017-01/01/2018 |
| Kostprijs | 4.449,98 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Pro (1381203885481032)** |
| Inhoud van de advertentie | Bien de chez nous NJ 2017 - boost fans Facebook - CP ad |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Weergave landingspagina |
| Tijdsperiode | 29/11/2017-23/12/2017 |
| Kostprijs | 450,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Pro (1381203885481032)** |
| Inhoud van de advertentie | Vacature financieel manager |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Weergave landingspagina |
| Tijdsperiode | 27/09/2017 |
| Kostprijs | 75,42 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Pro (1381203885481032)** |
| Inhoud van de advertentie | LVBO NJ 2017 - Voor die keer dat… |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 18/09/2017-05/11/2017 |
| Kostprijs | 13.999,99 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Pro (1381203885481032)** |
| Inhoud van de advertentie | Vacature financieel manager |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Weergave landingspagina |
| Tijdsperiode | 25/08/2017-05/09/2017 |
| Kostprijs | 200 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Pro (1381203885481032)** |
| Inhoud van de advertentie | LVBO VJ 2017 - Voor die keer dat |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 27/04/2017-08/06/2017 |
| Kostprijs | 13.975,87 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Pro (1381203885481032)** |
| Inhoud van de advertentie | LVBO NJ 2016 - Chef in 12 weken |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: videoweergaven |
| Meetbaar effect? | Videoweergaven |
| Tijdsperiode | 03/10/2016-25/12/2016 |
| Kostprijs | 33.412,63 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Pro (1381203885481032)** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie- en communicatiemanager |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Acties op bericht |
| Tijdsperiode | 25/10/2016-05/11/2016 |
| Kostprijs | 200 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Pro (1381203885481032)** |
| Inhoud van de advertentie | Vis september 2016 - visgerechten voor kinderen |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 25/10/2016-05/11/2016 |
| Kostprijs | 200 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Pro (1381203885481032)** |
| Inhoud van de advertentie | Recht van bij de Boer – wedstrijd |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 05/09/2016-10/09/2016 |
| Kostprijs | 206,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Pro (1381203885481032)** |
| Inhoud van de advertentie | Bio – zomerevent Gentse Feesten 2016 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 04/07/2016-23/07/2016 |
| Kostprijs | 1.800,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Aardappel.be (13748470105755616)** |
| Inhoud van de advertentie | Campagne ‘De aardappel. Superfood van bij ons’ d.m.v. video’s |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: generieke promotie aardappelen |
| Meetbaar effect? | videoweergaven |
| Tijdsperiode | 27/10/2016 – 18/12/2016 |
| Kostprijs | 8.905,88 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Aardappel.be (13748470105755616)** |
| Inhoud van de advertentie | Week van de Friet 2016 - video |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: videoweergaven |
| Meetbaar effect? | videoweergaven |
| Tijdsperiode | 28/11/2016 – 4/12/2016 |
| Kostprijs | 6.000 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Aardappel.be (13748470105755616)** |
| Inhoud van de advertentie | Week van de Friet 2016 – FB posts boosten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Acties op bericht |
| Tijdsperiode | 28/11/2016 – 4/12/2016 |
| Kostprijs | 2.000 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Aardappel.be (13748470105755616)** |
| Inhoud van de advertentie | Koken op kot d.m.v. berichten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 10/03/2017 – 17/03/2017 |
| Kostprijs | 200 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Aardappel.be (13748470105755616)** |
| Inhoud van de advertentie | Campagne ‘De aardappel. Superfood van bij ons’ najaar 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 30/10/2017 – 23/12/2017 |
| Kostprijs | 6.198,36 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Aardappel.be (13748470105755616)** |
| Inhoud van de advertentie | Campagne ‘Frietjes van de frituur. Da’s pas thuiskomen’ 2017 - video’s |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: videoweergaven |
| Meetbaar effect? | videoweergaven |
| Tijdsperiode | 24/11/2017 – 3/12/2017 |
| Kostprijs | 3.466,14 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Aardappel.be (13748470105755616)** |
| Inhoud van de advertentie | Campagne ‘Frietjes van de frituur. Da’s pas thuiskomen’ 2017 – FB ads boost |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere |
| Meetbaar effect? | Acties op bericht |
| Tijdsperiode | 24/11/2017 – 03/12/2017 |
| Kostprijs | 2.065,15 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Bio (1448804521846719)** |
| Inhoud van de advertentie | Bio op Gentse Feesten 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 05/07/2017 – 24/07/2017 |
| Kostprijs | 610,59 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Brood (1381898192078637)** |
| Inhoud van de advertentie | Winkelactie picknicklaken |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 2/6/2016 – 5/6/2016 |
| Kostprijs | 625 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Brood (1381898192078637)** |
| Inhoud van de advertentie | Spot Bakmanschap |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: videoweergaven |
| Meetbaar effect? | Videoweergaven |
| Tijdsperiode | 9/5/2016 – 23/5/2016 |
| Kostprijs | 1.999,79 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Brood (1381898192078637)** |
| Inhoud van de advertentie | Moederdag |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: betrokkenheid bij paginabericht |
| Meetbaar effect? | Acties op bericht |
| Tijdsperiode | 6/5/2016 – 8/5/2016 |
| Kostprijs | 475 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fier op ons Bier (1378356945766664)** |
| Inhoud van de advertentie | Spot Fier op ons Bier – Fiers de nos Bières versie China |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: betrokkenheid bij paginabericht |
| Meetbaar effect? | Acties op bericht |
| Tijdsperiode | 16/3/2017 – 19/3/2017 |
| Kostprijs | 200 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fier op ons Bier (1378356945766664)** |
| Inhoud van de advertentie | Blogartikel trappist |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 28/11/2017 – 05/12/2017 |
| Kostprijs | 50 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fier op ons Bier (1378356945766664)** |
| Inhoud van de advertentie | Wedstrijd kazen en bier - spot |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: videoweergaven |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website en videoweergaven |
| Tijdsperiode | 17/10/2017 – 29/10/2017 |
| Kostprijs | 900 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fier op ons Bier (1378356945766664)** |
| Inhoud van de advertentie | App bieremoji’s |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: installaties app |
| Meetbaar effect? | Appinstallaties |
| Tijdsperiode | 06/10/2016 – 25/10/2016 |
| Kostprijs | 1.743,10 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fier op ons Bier (1378356945766664)** |
| Inhoud van de advertentie | Event International Beer Day |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: reacties op evenement |
| Meetbaar effect? | Reacties op evenement |
| Tijdsperiode | 25/07/2017 – 03/08/2017 |
| Kostprijs | 599,99 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fier op ons Bier (1378356945766664)** |
| Inhoud van de advertentie | International Beer Day – aankondiging 1 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: betrokkenheid bij paginabericht |
| Meetbaar effect? | Bereik en acties op bericht |
| Tijdsperiode | 02/08/2017 – 03/08/2017 |
| Kostprijs | 300 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fier op ons Bier (1378356945766664)** |
| Inhoud van de advertentie | International Beer Day – aankondiging 2 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 31/07/2017 – 02/08/2017 |
| Kostprijs | 449,81 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fier op ons Bier (1378356945766664)** |
| Inhoud van de advertentie | International Beer Day - wedstrijd |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: betrokkenheid bij paginabericht |
| Meetbaar effect? | Acties op bericht |
| Tijdsperiode | 18/07/2017 – 24/07/2017 |
| Kostprijs | 150 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fier op ons Bier (1378356945766664)** |
| Inhoud van de advertentie | Erkenning Unesco – video’s |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: videoweergaven |
| Meetbaar effect? | Videoweergaven |
| Tijdsperiode | 09/05/2017 – 21/05/2017 |
| Kostprijs | 2.813,35 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fier op ons Bier (1378356945766664)** |
| Inhoud van de advertentie | Erkenning Unesco |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 10/05/2017 – 14/05/2017 |
| Kostprijs | 1.020 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fier op ons Bier (1378356945766664)** |
| Inhoud van de advertentie | Smaakwijzer eindejaar |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: betrokkenheid bij paginabericht |
| Meetbaar effect? | Acties op bericht |
| Tijdsperiode | 15/12/2016 – 18/12/2016 |
| Kostprijs | 38,13 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fier op ons Bier (1378356945766664)** |
| Inhoud van de advertentie | Erkenning Unesco |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: betrokkenheid bij paginabericht |
| Meetbaar effect? | Acties op bericht |
| Tijdsperiode | 30/11/2016 – 04/12/2016 |
| Kostprijs | 600 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fier op ons Bier (1378356945766664)** |
| Inhoud van de advertentie | Erkenning Unesco - wedstrijd |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: betrokkenheid bij paginabericht |
| Meetbaar effect? | Acties op bericht |
| Tijdsperiode | 01/12/2016 – 04/12/2016 |
| Kostprijs | 200 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fier op ons Bier (1378356945766664)** |
| Inhoud van de advertentie | Wedstrijd Belgian Beer Book |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: betrokkenheid bij paginabericht |
| Meetbaar effect? | Acties op bericht |
| Tijdsperiode | 01/11/2016 – 04/11/2016 |
| Kostprijs | 99,85 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fier op ons Bier (1378356945766664)** |
| Inhoud van de advertentie | Complimentenapp |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 13/05/2016 – 16/05/2016 |
| Kostprijs | 2.418,98 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Korte Keten (1379325685669328)** |
| Inhoud van de advertentie | Producent april 2018 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 19/04/2018 – 22/04/2018 |
| Kostprijs | 50 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Korte Keten (1379325685669328)** |
| Inhoud van de advertentie | Producent januari 2018 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 09/01/2018 – 15/01/2018 |
| Kostprijs | 250 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Korte Keten (1379325685669328)** |
| Inhoud van de advertentie | Thema ijstaarten december 2018 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: betrokkenheid bij paginabericht |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website en acties op bericht |
| Tijdsperiode | 08/12/2017 – 21/12/2017 |
| Kostprijs | 300 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Korte Keten (1379325685669328)** |
| Inhoud van de advertentie | Thema grondwitloof november |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: videoweergaven |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website en videoweergaven |
| Tijdsperiode | 09/11/2017 – 26/11/2017 |
| Kostprijs | 400 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Korte Keten (1379325685669328)** |
| Inhoud van de advertentie | Thema hoevevlees oktober 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: betrokkenheid bij paginabericht |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website en acties op bericht |
| Tijdsperiode | 10/10/2017 – 25/10/2017 |
| Kostprijs | 350 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Korte Keten (1379325685669328)** |
| Inhoud van de advertentie | Thema fruit september |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: betrokkenheid bij paginabericht |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website en acties op bericht |
| Tijdsperiode | 14/09/2017 – 25/09/2017 |
| Kostprijs | 400 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Korte Keten (1379325685669328)** |
| Inhoud van de advertentie | Infographic Korte Keten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Betrokkenheid bij paginabericht |
| Meetbaar effect? | Acties op bericht |
| Tijdsperiode | 15/05/2017 – 21/05/2017 |
| Kostprijs | 250 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Korte Keten (1379325685669328)** |
| Inhoud van de advertentie | Thema schepijs april 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 07/04/2017 – 17/04/2017 |
| Kostprijs | 55 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Korte Keten (1379325685669328)** |
| Inhoud van de advertentie | Maandwedstrijden |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: betrokkenheid bij paginabericht |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website en acties op bericht |
| Tijdsperiode | 05/2016 – 03/2017 |
| Kostprijs | 1.499,90 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Groen van bij ons (1383266738400498)** |
| Inhoud van de advertentie | Tulpenpluktuin |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: event promoten |
| Meetbaar effect? | Weergaven van landingspagina |
| Tijdsperiode | 4/1/18 – 19/1/18 |
| Kostprijs | 411,01 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Groen van bij ons (1383266738400498)** |
| Inhoud van de advertentie | Chrysantenactie 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 9/10/17-31/10/17 |
| Kostprijs | 412 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Groen van bij ons** |
| Inhoud van de advertentie | Test je beginnersgeluk - snijbloemen |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 8/5/17 – 28/5/17 |
| Kostprijs | 898,80 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Tuinaannemer – voorjaar 2018 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 18/02/18-18/03/18 |
| Kostprijs | 826,44 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Gentse azalea – voorjaar 2018 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links + videoweergaven |
| Tijdsperiode | 29/1/18-27/2/18 |
| Kostprijs | 578,50 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Tuinaannemer – search - najaar 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 10/10/17-31/10/17 |
| Kostprijs | 1.600 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Najaarsactie tuinplanten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 16/10/17-22/10/17 |
| Kostprijs | 741 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Tuinaannemer publieksprijs |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 2/10/17-31/10/17 |
| Kostprijs | 2.295 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Plantjesweekend KOTK |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 13/9/17-20/9/17 |
| Kostprijs | 826 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Blogposts Floor promoten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 17/5/17-28/8/17 |
| Kostprijs | 1.062,26 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Event ‘Floor on the Road’ promoten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: promotie event |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 22/02/17-24/05/17 |
| Kostprijs | 2.163,97 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Boeboeksactie (actie tuincentra) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 21/03/17-31/05/17 |
| Kostprijs | 8.247,84 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Site tuinaannemer promoten – filmpje quicklink |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: videoweergaven |
| Meetbaar effect? | Videoweergaven |
| Tijdsperiode | 15/5/17-22/5/17 |
| Kostprijs | 412 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Voorjaarsactie kamerplanten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 3/4/17-16/4/17 |
| Kostprijs | 649,96 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Voorjaarsactie tuinaannemer |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 3/3/17-12/3/17 |
| Kostprijs | 898,86 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Floor 2016 – blok loopjes |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: videoweergaven |
| Meetbaar effect? | videoweergaven |
| Tijdsperiode | 20/12/16-08/01/17 |
| Kostprijs | 569,94 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Azalea woonplant van de maand |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 427.104 bereik |
| Tijdsperiode | 1/12/16-31/12/16 |
| Kostprijs | 1.640 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Actie buitenplanten – plant nu de lente |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 7/10/16-9/11/16 |
| Kostprijs | 4.499,3 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Floor DIY macraméhanger - wedstrijd |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 26/9/16-9/10/16 |
| Kostprijs | 450 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Plantjesweekend KOTK 2016 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 12/9/16-25/9/16 |
| Kostprijs | 824,99 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Publieksprijs tuinaannemers 2016 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 9/10/16-26/10/16 |
| Kostprijs | 412,94 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Always on strategie Groen van bij Ons |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 22/6/16-31/8/16 |
| Kostprijs | 1.098,4 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Poetsvrouwendag |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 07/6/16-19/6/16 |
| Kostprijs | 198,72 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie website tuinaannemer |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 2/6/16-8/6/16 |
| Kostprijs | 412 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Streekproductenmagazine 4 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 09/03/2018 – 21/03/2018 |
| Kostprijs | 500 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Nieuwe erkenningen januari 2018 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 06/02/2018 – 09/02/2018 |
| Kostprijs | 250 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Wedstrijd eindejaar 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 07/12/2017 – 14/12/2017 |
| Kostprijs | 500 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Feestmenu 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 11/12/2017 – 20/12/2017 |
| Kostprijs | 500 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Nieuwe erkenningen oktober 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 03/10/2017 – 08/10/2017 |
| Kostprijs | 600 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Streekproductenmarkt Oostende 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: reacties op evenement |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website – acties op evenement |
| Tijdsperiode | 21/08/2017 – 03/09/2017 |
| Kostprijs | 350 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Streekproductenmagazine 3 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: reacties op evenement |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 14/08/2017 – 29/08/2017 |
| Kostprijs | 500 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Nieuwe erkenningen mei 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: reacties op evenement |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 06/06/2017 – 17/06/2017 |
| Kostprijs | 449,20 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Streekproductenmagazine 2 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: reacties op evenement |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 02/05/2017 – 10/05/2017 |
| Kostprijs | 749,20 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Nieuwe erkenningen januari 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: reacties op evenement |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 31/01/2017 – 12/02/2017 |
| Kostprijs | 449,37 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Feestmenu 2016 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: reacties op evenement |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 09/12/2016 – 23/12/2016 |
| Kostprijs | 449,71 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Sinterklaas - speculaas |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: reacties op evenement |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 02/12/2016 – 04/12/2016 |
| Kostprijs | 50 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Streekproductenmagazine 4 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 09/03/2018 – 21/03/2018 |
| Kostprijs | 500 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Nieuwe erkenningen januari 2018 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 06/02/2018 – 09/02/2018 |
| Kostprijs | 250 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Wedstrijd eindejaar 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 07/12/2017 – 14/12/2017 |
| Kostprijs | 500 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Feestmenu 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 11/12/2017 – 20/12/2017 |
| Kostprijs | 500 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Nieuwe erkenningen oktober 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 03/10/2017 – 08/10/2017 |
| Kostprijs | 600 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Streekproductenmarkt Oostende 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: reacties op evenement |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website – acties op evenement |
| Tijdsperiode | 21/08/2017 – 03/09/2017 |
| Kostprijs | 350 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Streekproductenmagazine 3 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: reacties op evenement |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 14/08/2017 – 29/08/2017 |
| Kostprijs | 500 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Nieuwe erkenningen mei 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: reacties op evenement |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 06/06/2017 – 17/06/2017 |
| Kostprijs | 449,20 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Streekproductenmagazine 2 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: reacties op evenement |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 02/05/2017 – 10/05/2017 |
| Kostprijs | 749,20 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Nieuwe erkenningen januari 2017 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: reacties op evenement |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 31/01/2017 – 12/02/2017 |
| Kostprijs | 449,37 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Feestmenu 2016 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: reacties op evenement |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 09/12/2016 – 23/12/2016 |
| Kostprijs | 449,71 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Sinterklaas - speculaas |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: reacties op evenement |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 02/12/2016 – 04/12/2016 |
| Kostprijs | 50 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Streekproducten juli / augustus 2016 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: reacties op evenement |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 21/07/2016 – 25/08/2016 |
| Kostprijs | 940 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Streekproduct (1236290773098096)** |
| Inhoud van de advertentie | Streekproductenmarkt Oostende 2016 |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: reacties op evenement |
| Meetbaar effect? | Kliks naar website |
| Tijdsperiode | 20/08/2016 – 04/09/2016 |
| Kostprijs | 800 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vlees (1381994322069025)** |
| Inhoud van de advertentie | Aankondiging foodtruck op diverse events |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: aanzetten tot bezoek aan de foodtruck |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 04-08/05/2016 + 17-21/05/2016 + 11-14/07/2016 + 13-15/08/2016 |
| Kostprijs | 2.300 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vlees (1381994322069025)** |
| Inhoud van de advertentie | Week van het konijn |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 01-08/02/2017 + 01-07/02/2018 |
| Kostprijs | 1.035 € + 900 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Vlees (1381994322069025)** |
| Inhoud van de advertentie | Week van de steak friet |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: promotie voor nationaal gerecht steak |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 09-15/10/2017 |
| Kostprijs | 400 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Zuivel (1374699206133941)** |
| Inhoud van de advertentie | Kazen van bij ons wedstrijd (in kader van EK-voetbal) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | Van 21/05/2016 tot 28/05/2016 |
| Kostprijs | 1.707,25 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Zuivel (1374699206133941)** |
| Inhoud van de advertentie | Kazen van bij ons video’s (spin-offs van voetbalspot (TV)) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: videoweergaven |
| Meetbaar effect? | videoweergaven |
| Tijdsperiode | Van 10/06/2016 tot 22/06/2016 |
| Kostprijs | 3.250,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Zuivel (1374699206133941)** |
| Inhoud van de advertentie | Kazen van bij ons video (kaasschotel samenstellen) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: traffic naar website (kaasschotelpagina) |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | Van 08/12/2016 tot 31/12/2016 |
| Kostprijs | 4.998,11 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Zuivel (1374699206133941)** |
| Inhoud van de advertentie | Kazen van bij ons video’s (spin-offs van campagnespot (TV)) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: videoweergaven |
| Meetbaar effect? | videoweergaven |
| Tijdsperiode | Van 29/05/2017 tot 11/06/2017 |
| Kostprijs | 1.757,88 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Zuivel (1374699206133941)** |
| Inhoud van de advertentie | Kazen van bij ons video’s (spin-offs van campagnespot (TV)) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: awareness, videoweergaves creëren |
| Meetbaar effect? | Videoweergaven |
| Tijdsperiode | Van 03/07/2017– tot 16/07/2017 |
| Kostprijs | 1.100,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Zuivel (1374699206133941)** |
| Inhoud van de advertentie | Kazen van bij ons video’s (spin-offs van campagnespot (TV)) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: videoweergaven |
| Meetbaar effect? | Videoweergaven |
| Tijdsperiode | Van 07/08/2017– tot 20/08/2017 |
| Kostprijs | 1.100,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Zuivel (1374699206133941)** |
| Inhoud van de advertentie | Kazen van bij ons video’s (spin-offs van campagnespot (TV)) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: videoweergaven |
| Meetbaar effect? | videoweergaven |
| Tijdsperiode | Van 02/10/2017 tot 15/10/2017 |
| Kostprijs | 1.894,77 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **zuivel** |
| Inhoud van de advertentie | Wedstrijdpagina Kazen van bij ons (activatie TV-spot) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | Van 16/10/2017 tot 29/10/2017 |
| Kostprijs | 600,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **zuivel** |
| Inhoud van de advertentie | Kazen van bij ons video’s (spin-offs van campagnespot (TV)) |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: videoweergaven |
| Meetbaar effect? | Videoweergaven |
| Tijdsperiode | Van 1/11/2017 tot 14/11/2017 |
| Kostprijs | 1.897,78 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Zuivel (1374699206133941)** |
| Inhoud van de advertentie | Pagina ‘tips voor perfecte kaasschotel’ |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | Van 04/12/2017 tot 17/12/2017 |
| Kostprijs | 1.350,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Zuivel (1374699206133941)** |
| Inhoud van de advertentie | Oproep om een melkveebedrijf te bezoeken in het kader van Melk4Kids |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website Melk4Kids  andere: |
| Meetbaar effect? | Verkeer naar de website |
| Tijdsperiode | 26/05/2016 – 04/06/2016 |
| Kostprijs | 415,04 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Zuivel (1374699206133941)** |
| Inhoud van de advertentie | Oproep om een melkveebedrijf te bezoeken in het kader van Melk4Kids |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website Melk4Kids  andere: |
| Meetbaar effect? | Verkeer naar de website |
| Tijdsperiode | 22/09/2016 – 20/10/2016 |
| Kostprijs | 415,69 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Zuivel** |
| Inhoud van de advertentie | Oproep om een melkveebedrijf te bezoeken in het kader van Melk4Kids |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website Melk4Kids  andere: |
| Meetbaar effect? | Weergave landingspagina |
| Tijdsperiode | 24/04/2017 – 04/05/2017 |
| Kostprijs | 207,52 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Zuivel (1374699206133941)** |
| Inhoud van de advertentie | Oproep om een melkveebedrijf te bezoeken in het kader van Melk4Kids |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website Melk4Kids  andere: |
| Meetbaar effect? | Weergave landingspagina |
| Tijdsperiode | 21/09/2017 – 25/10/2017 |
| Kostprijs | 400 € excl. BTW |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Zuivel (1374699206133941)** |
| Inhoud van de advertentie | Oproep om een melkveebedrijf te bezoeken in het kader van Melk4Kids |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website Melk4Kids  andere: |
| Meetbaar effect? | Weergave landingspagina |
| Tijdsperiode | 27/12/2017 – 17/01/2018 |
| Kostprijs | 200 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Zuivel (1374699206133941)** |
| Inhoud van de advertentie | Oproep om een melkveebedrijf te bezoeken in het kader van Melk4Kids |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website Melk4Kids  andere: |
| Meetbaar effect? | Weergave landingspagina |
| Tijdsperiode | 30/04/2018 – 30/04/2018 |
| Kostprijs | 3,05 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Zuivel (1374699206133941)** |
| Inhoud van de advertentie | Always-on inspirerende advertenties rond gebruiks- en verbruiksmomenten van melk |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | 232.373 unieke personen bereikt  1.642.060 weergaven |
| Tijdsperiode | 01/05/2016 – 30/04/2017 |
| Kostprijs | 9.190,44 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Zuivel (1374699206133941)** |
| Inhoud van de advertentie | Always-on inspirerende advertenties rond gebruiks- en verbruiksmomenten van melk |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect?) | 407.949 unieke personen bereikt  4.311.061 weergaven |
| Tijdsperiode | 01/05/2017 – 30/04/2018 |
| Kostprijs | 8.318,36 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Zuivel (1374699206133941)** |
| Inhoud van de advertentie | Oproep tot deelname wedstrijd “Win een ijskar bij je thuis of op het werk” |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Website clicks |
| Meetbaar effect? | 71 extra volgers  1.907 clicks  72.883 unieke personen bereikt  165.534 weergaven |
| Tijdsperiode | 29/08/17 – 7/09/17 |
| Kostprijs | 779,98 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Zuivel (1374699206133941)** |
| Inhoud van de advertentie | Oproep tot deelname aan wedstrijd “Win een pannenkoekenfestijn bij je thuis” |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: clicks naar wedstrijdwebsite |
| Meetbaar effect? | 1.957 clicks |
| Tijdsperiode | 2/11/2017 – 17/11/2017 |
| Kostprijs | 650 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Zuivel (1374699206133941)** |
| Inhoud van de advertentie | Oproep om de MelkMoment-Facebookpagina te volgen n.a.v. aanwezigheid op het GoodFoodFestival |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Aantal volgers |
| Tijdsperiode | 27/10/2017 – 29/10/2017 |
| Kostprijs | 500 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Zuivel (1374699206133941)** |
| Inhoud van de advertentie | Oproep om de MelkMoment-Facebookpagina te volgen |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Aantal volgers |
| Tijdsperiode | 1/06/2017 – 31/12/2017 |
| Kostprijs | 5.553,29 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Zuivel (1374699206133941)** |
| Inhoud van de advertentie | Verspreiden van de MelkMoment-spots |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | videoweergaven |
| Tijdsperiode | 26/10/17 -28/12/17 |
| Kostprijs | 1.500,00 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fruit en groenten (794640687263109)** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie voor zachtfruit van bij ons (aardbeien, frambozen, andere bessen) – babyvideo die de start van het seizoen aankondigt en verschillende fruithacks |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere |
| Meetbaar effect? | Videoweergaven |
| Tijdsperiode | 6/6/2016 – 16/10/2016 |
| Kostprijs | 6.674,45 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fruit en groenten (794640687263109)** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie voor zachtfruit van bij ons (aardbeien, frambozen, andere bessen) – 3 posts met inspiratie en receptjes |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 19/9/2017 – 8/10/2017 |
| Kostprijs | 1.500 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fruit en groenten (794640687263109)** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie voor witloof – 3 kinderrecepten en 3 gewone recepten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 22/9/2016 – 22/1/2017 |
| Kostprijs | 1.733,96 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fruit en groenten (794640687263109)** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie voor Jonagold appel – 3 recepten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 14/11/2016 – 28/11/2016 |
| Kostprijs | 826 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fruit en groenten (794640687263109)** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie voor appel en peer – 4 recepten met appel en/of peer |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op de links |
| Tijdsperiode | 16/10/2017 – 12/11/2017 |
| Kostprijs | 2.892,21 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fruit en groenten (794640687263109)** |
| Inhoud van de advertentie | Test: Eet ik genoeg groenten? |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 24/3/2017 – 17/12/2017 |
| Kostprijs | 2.581,95 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fruit en groenten (794640687263109)** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie van champignon – 3 recepten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 27/2/2018 – 8/10/2018 |
| Kostprijs | 1.500 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fruit en groenten (794640687263109)** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie van tomaten – 4 recepten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 23/6/2016 – 21/8/2016 |
| Kostprijs | 1.000 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Fruit en groenten (794640687263109)** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie van asperges – 2 recepten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Klikken op links |
| Tijdsperiode | 2/5/2016 – 5/6/2016 |
| Kostprijs | 500 € |

**Twitter advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Proudofourbeers** |
| Inhoud van de advertentie | International Beer Day 2016 – sponsored trend |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Trend en tweet impressies |
| Tijdsperiode | 05/08/2016 |
| Kostprijs | 4.000 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Proudofourbeers** |
| Inhoud van de advertentie | International Beer Day 2017 – sponsored trend |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Trend en tweet impressies |
| Tijdsperiode | 04/08/2017 |
| Kostprijs | 4.000 € |

**Instagram advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Pro (1381203885481032)** |
| Inhoud van de advertentie | LVBO NJ 2017 - boost fans Instagram |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Aantal volgers |
| Tijdsperiode | 11/12/2017-01/01/2018 |
| Kostprijs | 2.999,24 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Gentse azalea – voorjaar 2018 – post op @floorify |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Bereik |
| Tijdsperiode | 08/02/18-13/02/18 |
| Kostprijs | 248 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Sierteelt (1375127969423667)** |
| Inhoud van de advertentie | Event ‘Floor on the Road’ promoten – post op @floorify |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Bereik |
| Tijdsperiode | 08/02/18-13/02/18 |
| Kostprijs | 399,29 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

Voor VLAM zijn sociale media een cruciaal werkinstrument om de doelstellingen te behalen. Om nieuwe potentiële klanten te bereiken schakelt VLAM betaalde advertenties in op sociale media. Deze strategie werpt duidelijk zijn vruchten af. In de toekomst wil VLAM dan ook verder inzetten op communicatie via sociale media en de aanpak verfijnen.

# **Sven Gatz Vlaams minister van Cultuur, Media, Jeugd en Brussel**

Bevoegdheid: Cultuur, Jeugd en Media

Beleidsdomein: Cultuur, Jeugd, Sport en Media (CJSM)

## Departement/agentschap: **Departement Cultuur, Jeugd en Media**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Departement Cultuur, Jeugd & Media (@deptCJM)** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie evenement “Kunstendag voor Kinderen 2017” |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | * Totaal bereik: 10.912 * Betrokkenheid: 679 |
| Tijdsperiode | 9 dagen (vanaf 10/5/2017) |
| Kostprijs | 51 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Departement Cultuur, Jeugd & Media (@deptCJM)** |
| Inhoud van de advertentie | Promotie evenement “Ultimas 2017” |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: naamsbekendheid verhogen |
| Meetbaar effect? | * Totaal bereik: 5.064 * Betrokkenheid: 71 |
| Tijdsperiode | 6 dagen (vanaf 6/6/2017) |
| Kostprijs | 25,72 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [**Departement Cultuur, Jeugd & Media**](https://www.facebook.com/deptCJM/) **(**[**@deptCJM**](https://www.facebook.com/deptCJM/)**)** |
| Inhoud van de advertentie | Campagne Ultimas:   * terugblik laureaten vorig jaar * Teasende content voor dit jaar (op bezoek bij Philip Aguirre, filmpje over Arenbergschouwburg, …) * Na de uitreiking: video’s over de laureaten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: Verhogen naamsbekendheid |
| Meetbaar effect? | Totaal bereik: 276.954  Totaal aantal weergaven: 472.979 |
| Tijdsperiode | Januari 2018 – april 2018 |
| Kostprijs | 1.056,34 € |

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Departement Cultuur, Jeugd & Media (@deptCJM)** |
| Inhoud van de advertentie | Projectoproep culturele samenwerkingsovereenkomst tussen Vlaanderen en de Regio Hauts-de-France |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | * Totaal bereik: 21.051 (waarvan 16.986 betaald bereik) * 301 klikken op bericht * 99 reacties, opmerkingen en deelacties |
| Tijdsperiode | Maart 2018 |
| Kostprijs | 50 € |

**Instagram advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Dept.cjm** |
| Inhoud van de advertentie | Campagne Ultimas |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: videoweergaven |
| Meetbaar effect? | * Totaal bereik: 23.664 * Totaal aantal weergaven: 25.587 |
| Tijdsperiode | Januari – april 2018 |
| Kostprijs | 168,28 € |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

We hebben gemerkt dat de advertenties een positief verschil kunnen maken. Er zijn dan ook verschillende voordelen aan adverteren op sociale media:

* Mogelijkheid om een breed publiek te bereiken
* Mogelijkheid om een specifiek (niche-) publiek te bereiken (door in te spelen op de interesses, lookalikes, regio, leeftijd, etc.)
* Resultaten meten
* Weinig budget nodig (in vergelijking met andere media)

Bevoegdheid: Media

Beleidsdomein: Cultuur, Jeugd, Sport en Media (CJSM)

## Departement/agentschap: **Vlaamse Regulator voor de Media**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Twitter advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | [@VRMmedia](https://twitter.com/VRMmedia) |
| Inhoud van de advertentie | Uitgelichte tweet rapport mediaconcentratie |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: promotie rapport mediaconcentratie |
| Meetbaar effect? | Bezoeken op website in deze periode gestegen, rapport mediaconcentratie tijdens deze periode regelmatig gedownload |
| Tijdsperiode | 14 dagen |
| Kostprijs | 1050 euro |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

We hebben gemerkt dat de advertenties een positief verschil kunnen maken. Er zijn dan ook verschillende voordelen aan adverteren op sociale media:

* Mogelijkheid om een breed publiek te bereiken
* Mogelijkheid om een specifiek (niche-) publiek te bereiken (door in te spelen op de interesses, lookalikes, regio, leeftijd, etc.)
* Resultaten meten
* Weinig budget nodig (in vergelijking met andere media)

Bevoegdheid: Brussel

Beleidsdomein: Kanselarij en Bestuur (KB)

## Departement/agentschap: **Muntpunt**

1. Overzicht van de betaalde advertenties per sociale media-account (Facebook, Twitter, Instagram) (wat betreft de afgelopen twee jaar: van 01/05/2016 t.e.m. 30/04/2018):

**Facebook advertenties:**

|  |  |
| --- | --- |
| Accountnaam | **Muntpunt** |
| Inhoud van de advertentie | Communicatie over en promotie van diverse activiteiten |
| Doel van de advertentie | verhogen van het aantal volgers  verruimen van het bereik  promotie van de website  andere: |
| Meetbaar effect? | Het aantal bereikte personen |
| Tijdsperiode | Gaat van 1 dag op voorhand tot 1,5 maand |
| Kostprijs | Gemiddeld per maand: € 400 voor 40 betalende advertenties 🡪 gemiddeld € 10 per advertentie |

1. Is de minister van oordeel dat het gebruik van betaalde advertenties op sociale media zijn vruchten afwerpt en zal de minister dit medium in de toekomst verder laten ontwikkelen? Zo ja, welke initiatieven zal hij/zij hiertoe nemen?

We hebben gemerkt dat de advertenties een positief verschil kunnen maken. Er zijn dan ook verschillende voordelen aan adverteren op sociale media:

* Mogelijkheid om een breed publiek te bereiken
* Mogelijkheid om een specifiek (niche-) publiek te bereiken (door in te spelen op de interesses, lookalikes, regio, leeftijd, etc.)
* Resultaten meten
* Weinig budget nodig (in vergelijking met andere media)