



droomparken

EuroParcs



Introductie



**Wessel
Boot**

Teamlead Campagnes
Activaties & Events
Feyenoord



**Michelle
Geldhof**

Business & Commerce
Manager
House of Sports



Marco Budding

Marketing manager
EuroParcs





**Droomparken: Even lekker weg.
Een unieke belevenis met hoog service niveau**



**Strategische samenwerkingen om merk-
én businessdoelstellingen te behalen**



**Op zoek naar samenwerkingen met marketing-
platformen voor bekendheid én conversie**

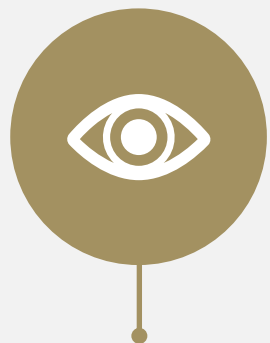


Feyenoord is 365 dagen per jaar nieuws en bereikt een miljoenenpubliek

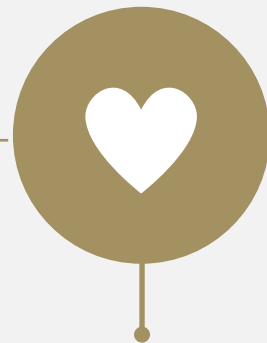


**Daarom koos Droomparken per 1 juli 2019 voor een
hoofdpartnership met Feyenoord**

Doelstellingen hoofdpartnership Feyenoord & Droomparken



**Naams-
bekendheid**



**Sympathie/
merkvoorkeur**



**Conversie:
Leads & Sales**




Strategie: Sympathieke campagnes met unieke Feyenoord/Droomparken belevenissen centraal



Creativiteit

Feyenoord icoon Jan Boskamp in de hoofdrol, i.c.m. welbekende kledkamerhumor en andere Feyenoord iconen, spelers en staff



Feyenoord en Droomparken presenteren

DROOMSEATS

Campagnes met Jan Boskamp bereikten keer op keer een miljoenenpubliek en bleken een waar conversiekanon

- **Feyenoord vakantiehuis:** 1.3 miljoen & 9.200 leads
- **Kerstcampagne:** 1.3 miljoen
- **Droomseats:** 2.2 miljoen & 11.000 leads
- **Minikuip Thuis:** 1.7 miljoen & 5.000 leads





DOOR MULTIMEDIA INZET VERSPREIDDE CAMPAGNES ZICH ALS EEN OLIEVLEK

droomparken



VOETBALKRANT
DE WEDSTRIJD IS DAN WEL AFGELAST, MA...
FEYENOORD HAD EEN GENIAAL FILMPJE
GELANCEERD (STARRING JOHAN BOSKAMP!)
VOOR DE KLASSIEKER TEGEN AJAX



Geniale Boskamp flikt het weer: geweldig Feyenoord-commercial voor De Klassieker

JOHAN BOSKAMP SPELT HOOFDROL IN PROMOFILMPJE VOOR FEYENOORD

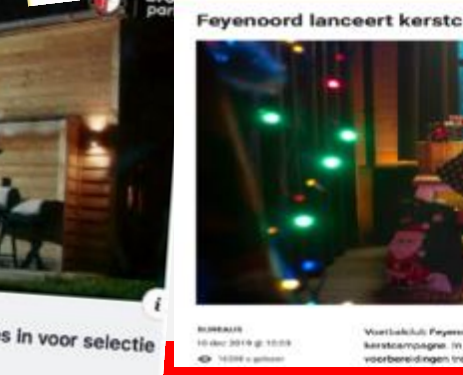


Wensen Feyenoordsupporters in Kerstwensboom gaan in vervulling
Wensen van Feyenoordsupporters gaan vandaag in vervulling. Supporters kunnen die sinds woensdag in de Kerstwensboom op het Olympiaterras in de Kuip...
Droomparken drie wensen in...

RTLnieuws
Jan Boskamp schittert in reclame Feyenoord: 'Show me Dickie!'

Boskamp stelt de show in h...
reclamespotje richting de Klassieker

AD Rotterdam Dagblad
6 december 2019
Als kerstman schittert Jan Boskamp in de nieuw Feyenoords shirtsponsor Droomparken. Voor wie inpakken?



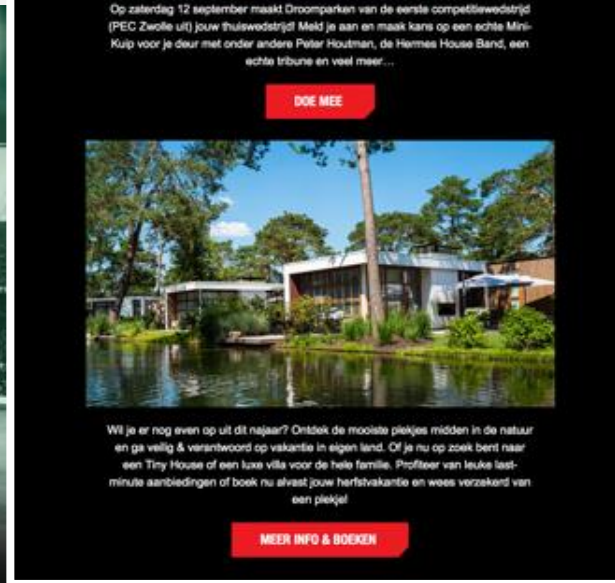
Geniaal: Jan Boskamp kijkt klassieker op grote hoogte
Als je aan het begin van het seizoen had verteld die Feyenoord...
maken om kampioen te worden, dan hadden veel mensen je uitgelezen...
beginnen te er in Rotterdam langzaam maar in te groeien dat het...
mogelijk is. Een horde die ze moeten nemen is tegen Ajax op 23...
Droomparken nemen Jan Boskamp zo ver gevraagd dat hij een...
werd op deze klassieker op maar liefst 52 meter hoogte kunt bekijken...
misch.





DROOMPARKEN IN EERSTE JAAR VOLOP GEACTIVEERD ALS HOOFDPARTNER

droomparken



De resultaten zijn door het dak gegaan



**Naams-
bekendheid**



**Sympathie/
merkvoorkeur**






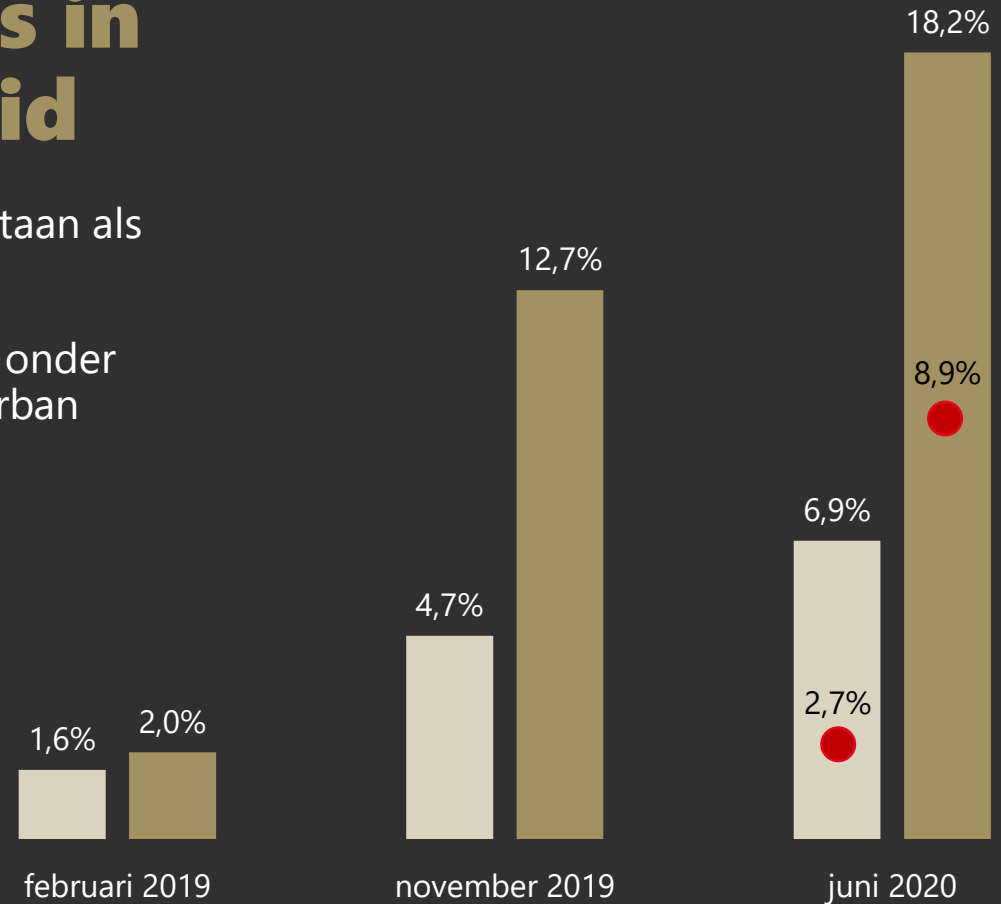
**Conversie:
Leads & Sales**

Droomparken kent opmars in spontane naamsbekendheid

Bijna een miljoen Nederlanders noemt Droomparken spontaan als gevraagd wordt naar "een vakantiepark in Nederland".

Indrukwekkend is de stijging van de spontane bekendheid onder Feyenoord-liefhebbers; bijna 20% van de Feyenoord achterban noemt Droomparken spontaan.




-  = Nederland representatief
-  = Feyenoord-liefhebbers
-  = Target end-of-season

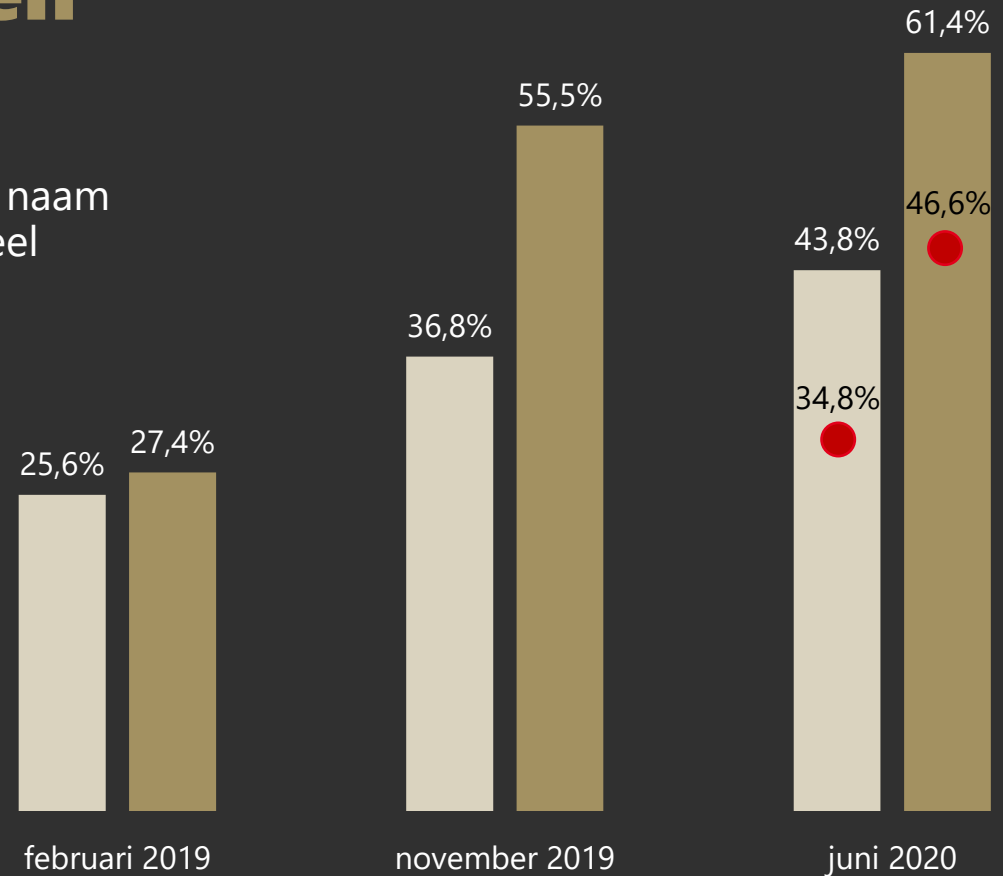


Stevige stijging in geholpen naamsbekendheid

De stijging in geholpen naamsbekendheid laat zien dat de naam Droomparken snel een gevestigde naam is geworden in heel Nederland.

Onder Feyenoord-liefhebbers (2,1 miljoen) kent inmiddels meer dan 60% van de doelgroep het merk Droomparken.

-  = Nederland representatief
-  = Feyenoord-liefhebbers
-  = Target end-of-season



“ De resultaten die wij in de partnership case van Feyenoord en Droomparken terugzien zijn zeer positief. Met de inkoop van reguliere media (bijvoorbeeld TV en online) was een veelvoud van het sponsorbedrag nodig geweest om maar in de buurt te komen van dit soort resultaten ”

- *Philip Rouwenhorst, onderzoeksbureau Nielsen*

Feyenoord als een succesvolle businesscase voor Droomparken



**Naams-
bekendheid**





**Sympathie/
merkvoorkeur**

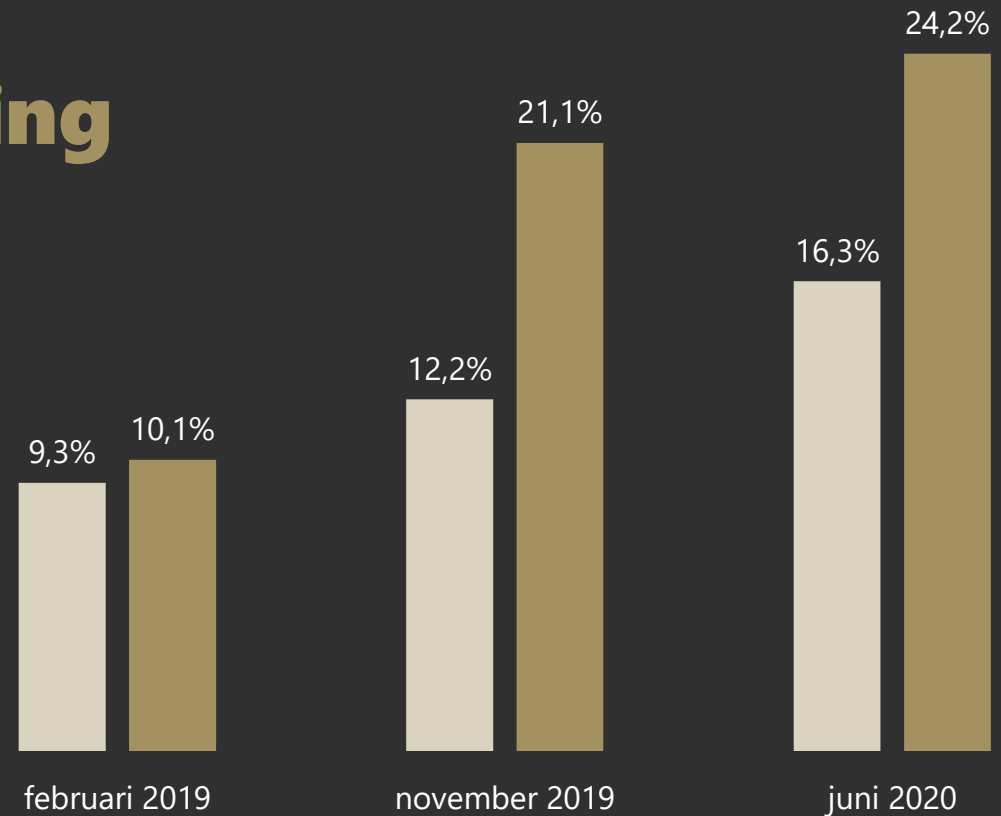


**Conversie:
Leads & Sales**

Meer dan 2,8 miljoen Nederlanders nemen Droomparken in overweging

Steeds meer Nederlanders zien Droomparken als optie als ze een vakantiehuis in eigen land boeken.

 = Nederland representatief
 = Feyenoord-liefhebbers

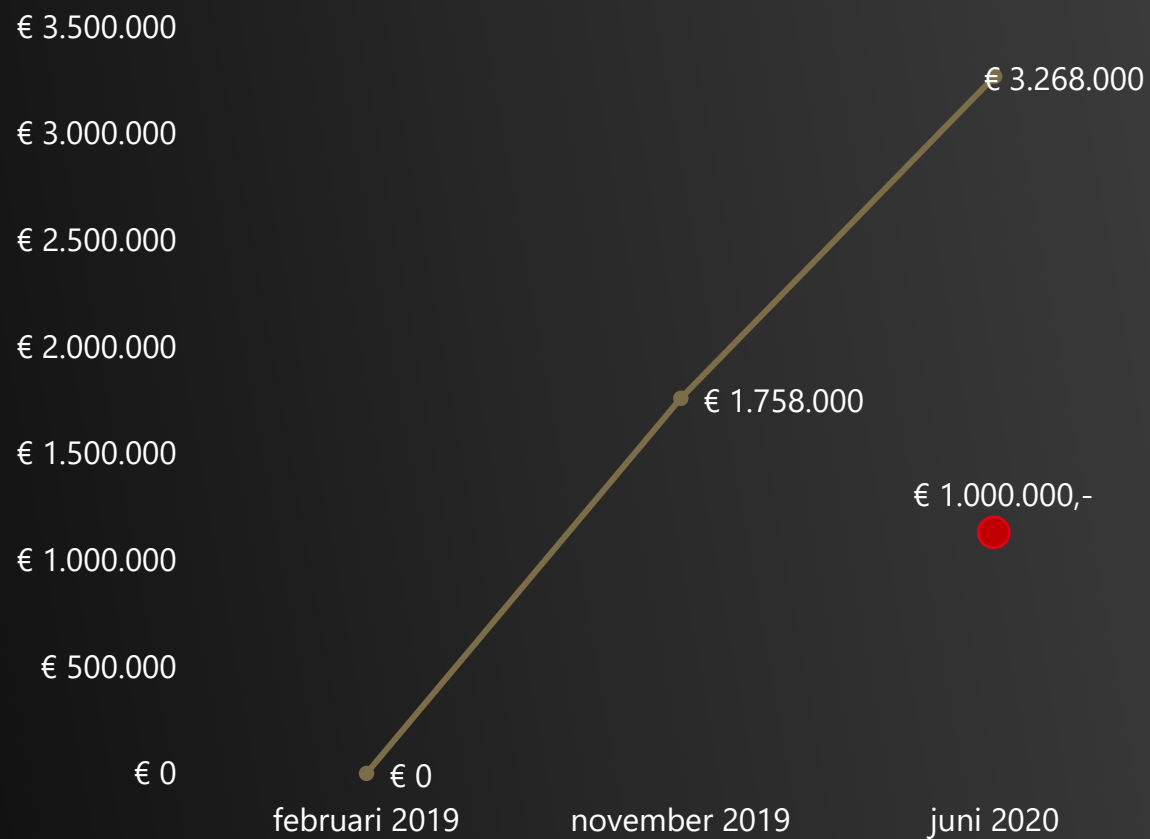




**Door sympathieke (online) campagnes
genereerden we ruim 30.225 leads (emailadressen)**



€3 MILJOEN AAN VERHUUROMZET BINNEN FEYENOORD DOELGROEP



● = Target end-of-season





FEYENOORD ALS SALES & NETWERKPARTNER VOOR B2B ACTIVITEITEN

droomparken



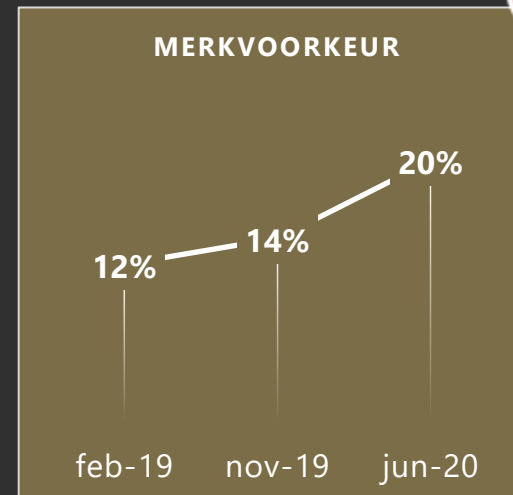
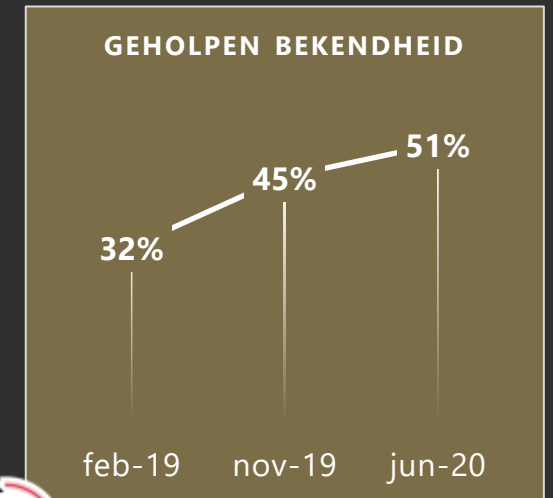
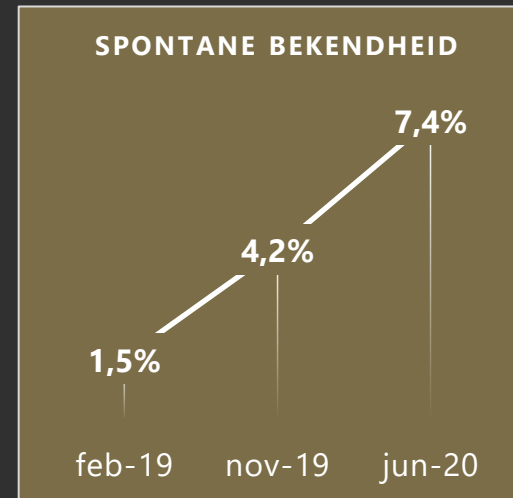


**Bijna 50 woningen verkocht via Feyenoord
doelgroep t.w.v. €10 miljoen**

Ja Menno, zelfs Ajax-liefhebbers zijn positief over Droomparken

Of het nu Ziggo, Qurrent, Opel of Aegon is, het valt op dat alle merken ook bij supporters van de rivaal groeien in status.

Ook bij Droomparken zien we dit effect nadrukkelijk terug. Op de belangrijke marketing KPI's zien we dat Droomparken hard is gegroeid bij de respondenten die aangeven Ajax als favoriete club te hebben.



KPI's en alle verwachtingen ruim overtroffen, ondanks een COVID-19 seizoen



KPI	TARGET	RESULTAAT
Spontane naamsbekendheid NL	Van 1.6% naar 2.7%	6,9%
Spontane naamsbekendheid Feyenoord fans	Van 2.0% naar 8,9%	18,2%
Geholpen naamsbekendheid NL	Van 25.6% naar 34,8%	43,8%
Geholpen naamsbekendheid Feyenoord fans	Van 27,4% naar 46,6%	61,4%
Verzamelen leads (emailadressen)	25.000	30.225
Verhuuromzet	€ 1.000.000,-	€3.000.000,-



**Samenwerking bezegeld met verlenging
hoofdpartnership met Droomparken/EuroParcs**



Sympathie en naamsbekendheid opnieuw opbouwen vanuit het merk EuroParcs.



droom parken



droom parken



droom parken

Ho ho ho Rudolphie.



droom parken

Dassie voor Dicky!



Euro Parcs



droom parken



tot wel
25%
korting

Ontdek jouw vakantie op
EuroParcs.nl



Highlights KPI's 2021 - 2022



KPI 1: Spontane naamsbekendheid NL



KPI 2: Geholpen naamsbekendheid NL



KPI 3: Spontane naamsbekendheid FEY



KPI 4: Geholpen naamsbekendheid FEY



KPI 5: Verhuuromzet



KPI 6: Mediawaarde EuroParcs



KPI 7: Databasegroei EuroParcs

Vragen?

