

To: [redacted] [redacted]@minvws.nl]
Cc: [redacted] [redacted]@minvws.nl]
From: [redacted] [redacted]
Sent: Thur 1/14/2021 4:44:26 PM
Subject: FW: Reactie VWS op Vaccinatie verzwareing display en OLV inzet
Received: Thur 1/14/2021 4:44:27 PM
[2021114 VWS Corona Vaccin extra inzet jan 2021 ONLINE.pdf](#)

Heren, een verzwareing van onze onlinecampagne.

Groet,

[redacted]

Van: [redacted] [redacted]@reprisedigital.com>
Verzonden: donderdag 14 januari 2021 16:49
Aan: [redacted] [redacted]@minvws.nl>; [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]@minvws.nl>
CC: [redacted] [redacted] [redacted]@initiative.com>; [redacted] [redacted]
 <[redacted]@initiative.com>
Onderwerp: RE: Reactie VWS op Vaccinatie verzwareing display en OLV inzet

Hi [redacted] en [redacted] ;-)

Bijgaand de procuratie voor de verzwareing van de campagne.

Goed nieuws wat betreft de Publieke Omroep, tariefstelling is toch een stuk lager geworden, waarbij we tevens de regionale publieke omroepen meenemen voor additioneel bereik!

We gaan er verder vanuit dat er geen nieuw materiaal hoeft te worden aangeleverd.

Dus ook de DPG native/commercial post zal degene worden die we in december hebben ingezet, zie:

Advertentie



Vaccinatie tegen het coronavirus

Met een vaccinatie tegen het coronavirus bescherm je uiteindelijk jezelf, je vrienden en de kwetsbare mensen om je heen.

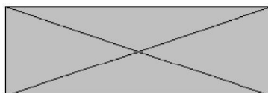
Gesponsord door:  Rijksoverheid

[Meer informatie](#)

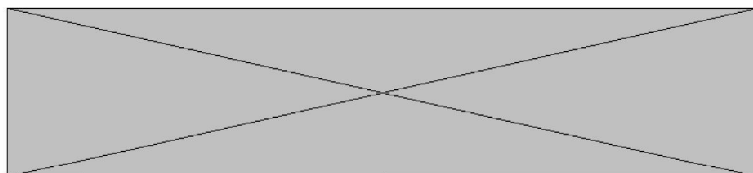
https://www.nu.nl/net-binnen?ast_override_inv_code=nu-nl_wmc_netbinnen_c1%3A263726194

Laat me weten als jullie ergens nog vragen over hebben en anders graag zsm jullie akkoord. We hopen de additionele plaatsingen dan morgen al in gang te kunnen zetten.

Grtn [redacted]



[redacted] [redacted]
 [redacted] Anrooystraat 7, 1076 DA, Amsterdam
 P +31 [redacted]
www.reprise.nl

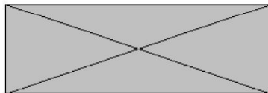


From: [redacted] [redacted]
Sent: dinsdag 12 januari 2021 23:30
To: [redacted] [redacted]@minvws.nl>; [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]@minvws.nl>
Cc: [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]@reprisedigital.com>; [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]
 <[redacted]@initiative.com>; [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]@initiative.com>; [redacted] [redacted]
 <[redacted]@initiative.com>

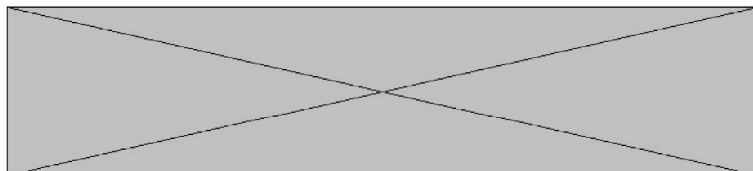
Subject: RE: Reactie VWS op Vaccinatie verzwareing display en OLV inzet

Hi [5.1.2e],

Met betrekking tot de vragen over de online inzet, zie onderstaand in groen.
 Laat even weten wat je naast RTL, Talpa, STER en Spotify nog meer additioneel aan de procuratie wilt toevoegen ter verzwaring van de campagne zodat we de aangepaste procuratie meteen compleet bij je kunnen aanleveren.
 Alvast dank! Grtn, [5.1.2e]



[5.1.2e] [5.1.2e]
 [5.1.2e] Anrooystraat 7, 1076 DA, Amsterdam
 P +31 [5.1.2e]
www.reprise.nl



From: [5.1.2e] <[5.1.2e]@minvws.nl>
Sent: dinsdag 12 januari 2021 13:18
To: [5.1.2e] <[5.1.2e]@initiative.com>; [5.1.2e] <[5.1.2e]@Magnaglobal.nl>
Cc: [5.1.2e] [5.1.2e] <[5.1.2e]@initiative.com>; [5.1.2e] (AMS-INI) <[5.1.2e]@initiative.com>; [5.1.2e] <[5.1.2e]@minvws.nl>
Subject: [EXTERNAL] RE: Vaccinatie campagne - dagbladen inzet 16 januari as.

Hi [5.1.2e]

Zie hieronder onze antwoorden in rood. Ik bel je vanmiddag nog even over de volgende fase, waar we nu de briefing voor aan het schrijven zijn.

Groeten,
 [5.1.2e]

Van: [5.1.2e] <[5.1.2e]@initiative.com>
Verzonden: donderdag 7 januari 2021 17:23
Aan: [5.1.2e] <[5.1.2e]@minvws.nl>; [5.1.2e] <[5.1.2e]@minvws.nl>
CC: [5.1.2e] [5.1.2e] <[5.1.2e]@initiative.com>; [5.1.2e] [5.1.2e] <[5.1.2e]@repsidedigital.com>; [5.1.2e] <[5.1.2e]@repsidedigital.com>
Onderwerp: RE: Vaccinatie campagne - Verzwaring display en OLV inzet

Goedemiddag [5.1.2e] en [5.1.2e],

Zoals we in de onderstaande mail al hadden aangekondigd hebben we onderzocht of we de display en de OLV inzet kunnen verzwaren. De inzet die we in het huidige plan hebben opgenomen is zoals vergelijkbaar zoals we die voor de meeste overheids campagnes hanteren indien we een multimediale aanpak inzetten.

De eerste weken van deze campagne was er nog geen sprake van een echte multimediale aanpak, aangezien we TV en OLV pas vanaf deze week hebben live gezet. Uit de Ripple analyse bleek dan ook dat we de komende weken het effectieve bereik van de doelgroep zullen optimaliseren en dit zal de zichtbaarheid van de campagne zeker ten goede komen.

Julie gaven aan dat de Coronamelder App veel vaker te zien is geweest dan de Vaccinatie campagne, maar dat zal hoogstwaarschijnlijk ook zijn gekomen omdat de online inzet veel meer de nadruk kreeg in deze campagne aangezien we voor traffic en downloads van de App moesten zorgen. Het totale online budget (excl. SEA) voor de CoronaMelder App was bijna [5.1.2b] OOP incl. BTW, waarvan display een groot aandeel had. De rol van display was hier traffic naar de webstore, dus voor het realiseren van clicks. Het totale online budget voor Vaccinatie bedraagt op dit mometn [5.1.2b] en de rol van display is nu

zichtbaarheid/bereik dus zo hebben we hem ingestoken, maar dat betekent niet dat we niet nog naar optimalisaties hebben gekeken:

Algemeen: We gaan Roorda en jullie brieven op een nieuwe 'tussenfase' van de campagne. We zijn nog niet toe aan activeren, gezien de huidige situatie, maar we willen een mengeling van informeren en motiveren gaan doen de komende tijd, mede door inzet van ambassadeurs/rolmodellen. Dus er komen nieuwe uitingen voor display, radio, print en social. Deze nieuwe fase willen we graag op z'n vroegst live laten gaan rond 25 januari (of zo snel als mogelijk is, misschien is dit pas later die week). Dan is het ook logisch om de campagne te verlengen met minimaal twee weken na 31 januari. Ik bel je straks nog even om dit nader te bespreken. We zijn nu met de briefing voor Roorda bezig, deze zullen we ook met jullie delen als ie af is.

Om de display campagne te versterken adviseren wij het volgende in te zetten:

- HPTO inzet toevoegen We hebben wel interesse om HPTO in te zetten. Maar: kunnen wij HPTO ook op een aantal vaste posities inkopen? Wordt het daarmee goedkoper? 5.1.2b per week is prijzig. Dit willen we doen met de nieuwe uitingen die nog ontwikkeld moeten worden.

Vaste posities gaat niet goedkoper worden en daarbij hebben we dan geen controle over de contact frequentie. Met programmatic kunnen we over alle nieuwstitels heen de doelgroep bereiken en kunnen we tijdens de campagne optimaliseren op bereik. Die 5.1.2b was een indicatie van wat we zouden kunnen inzetten per week, minder kan uiteraard ook, of 2 weken ipv 3.

We kunnen deze via Adform programmatic inzetten met focus op nieuwstitels via DPG en Mediahuis en aanvullend sport en lifestyle titels.

Budget advies: 5.1.2b tot eind januari resteren er nog 3 weken dus 5.1.2b

- Native ads via DPG

- DPG Xtra Social, Social ads worden dan op nieuwstitels onderaan de nieuwsberichten doorgeplaatst voor additioneel bereik en extra contact momenten. **Betekent dit dat de Facebook en/of Instagram video-ads op deze nieuwstitels worden geplaatst? Komt de tekst van de social post er dan ook bij te staan?**

Ja, de gehele ad zoals die ook via Facebook/Instagram wordt ingezet wordt dan doorgeplaatst onderaan een nieuwsbericht.

En waar land je dan als je daarop klikt, gewoon op de website neem ik aan?

Ja, dan land je op de aangegeven website/ landingpagina.

En zien genoeg mensen dit, als het helemaal onderaan de nieuwsberichten staat? Graag een advies of jullie dit aanraden.

Jazeker, we hebben hier goede ervaring mee bij andere campagnes, de viewability is gezien de lage tariefstelling heel goed.

Dit willen we doen met de nieuwe uitingen die nog ontwikkeld moeten worden.

- DPG Commercial post: echt in de content op web en mobile app, komt goed informatief over. **Hoe ziet dit eruit, kun je voorbeeld delen?**

Budgetadvies: 5.1.2b

Voorbeeld commercial post:

5.1.2I

- Display mobiel

We kunnen ook inzet via mobiel verzwaren door additionele formaten mee te nemen zoals Swipe Cube en deze zowel via web als in app (via Localsensor) in te zetten. **Formaten als Swipe cubes vinden we niet passend bij dit onderwerp. Komt te commercieel over. Dus dit doen we liever niet.**
Begrijp ik.

Budget advies: 5.1.2b

- We hebben ook gesproken over kleinere formaten die een meer vaste positie hebben op nieuwstitels, maar dat kunnen we doen als optimalisatie vanuit de display inzet die we al hebben lopen. Eventueel daar aparte strategie bij inzetten met focus op de grootste nieuwstitels. Het is dus niet direct nodig daar nu meer budget aan toe te voegen. **Deze ads met vaste posities vinden we belangrijk, omdat we daarmee zichtbaarheid op de belangrijkste nieuwssites en andere sites kunnen garanderen. Kun je meer vertellen over de aparte strategie? Deze vaste posities zou ik eigenlijk asap willen laten ingaan, dus al met de huidige uitingen.**

Binnen de bestaande campagne voegen we dan een aparte strategie toe waar we een deel van het budget aan alloceren met targetting op de grote nieuwssites. Dit is dus een optimalisatie van de bestaande inzet. Ik zal dit intern verder in gang zetten.

Zoals we al hadden gemeld is de looptijd van Online Video zoals die op de online procuratie staat t/m 24 januari omdat de TV campagne in eerste instantie ook 3 weken liep, maar we adviseren deze te verlengen bij RTL en Talpa:

- RTL en Talpa lopen t/m 24 januari, tot 31 januari verlengen: 5.1.2b
5.1.2b **Ja verlengen graag.**
- Maar daarnaast adviseren we om de zichtbaarheid te vergroten om STER additioneel inzetten met video. Deze was in eerste instantie niet meegenomen vanwege de hoge CPM in vergelijking met RTL en Talpa, maar om extra bereik toe te voegen stellen we toch voor om STER in te zetten: Uitgaande van looptijd 5.1.2b
5.1.2b **Ja, STER moet er absoluut in, dus inderdaad additioneel inzetten per zsm.**

We zullen het extra budget voor RTL en Talpa samen met de inzet van Ster aan de procuratie toevoegen.

Tenslotte zouden we ook weer de campagne willen aanzetten op Spotify. Deze hebben we in december ook ingezet, om naast de zichtbaarheid ook meer hoorbaar te zijn voor deze campagne wat boodschap overdracht ten goede komt. **Ja, graag Spotify weer aanzetten per zsm. Let op: we hebben een nieuwe versie van de radiocommercial, dus we zullen een Omruil aanleveren. Laat jij weten wanneer dat kan?**

Budget advies: 5.1.2b

Ook Spotify zullen we dan aan de procuratie toevoegen en jullie voor akkoord toesturen. Graag nieuwe commercial aanleveren met mij in CC zodat we dit zsm in gang kunnen zetten.

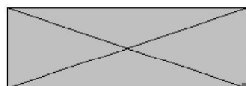
Hiermee komen de extra investeringen uit op 5.1.2b voor de komende 3 weken. Dit is wellicht een behoorlijke investering, maar er hoeven in principe geen nieuwe assets te worden aangeleverd, behalve voor de mobiele display campagne en de HPTO op de nieuwssites.

We zijn benieuwd welke media mogelijkheden uit jullie brainstorm zijn gekomen. We hebben dus nog geen extra zendtijd aangevraagd voor STER of de dagbladplaatsing voor 12 januari. We wachten daarmee op jullie feedback. Als jullie de verschillende mogelijkheden zoals die hierboven geschetst in de flowchart verwerkt willen zien dan horen we dat ook graag.

Maar het zo natuurlijk ook kunnen dat de campagne nu wel teruggespeeld wordt nu TV en OLV zijn toegevoegd aan de mix, want zowel TV als radio worden altijd goed teruggespeeld in effectonderzoek van DVJ Insights als het gaat om awareness campagnes.

We zien jullie reactie en next steps graag tegemoet. Mochten er nog vragen zijn dan horen we dat natuurlijk ook heel graag.

Vriendelijke groet, 5.1.2e



T +31 5.1.2e | 5.1.2e

NETHERLANDS HEADQUARTERS, 5.1.2e ANROOYSTRAAT 7
1076 DA, AMSTERDAM | WWW.INITIATIVE.NL

From: 5.1.2e

Sent: woensdag 6 januari 2021 15:48

To: 5.1.2e <5.1.2e@minvws.nl>; 5.1.2e 5.1.2e <5.1.2e@minvws.nl>

Cc: 5.1.2e (AMS-INI) <5.1.2e@initiative.com>; 5.1.2e (AMS-RPM)
<5.1.2e@reprisedigital.com>

Subject: Vaccinatie campagne - mogelijke verzwaringen

Goedemiddag,

Sorry de mail was blijven hangen...

We hebben nog niet alle mogelijkheden en kosten in kaart kunnen brengen op deze korte termijn, maar onderstaand hebben jullie alvast de eerste inventarisatie van de mogelijkheden voor de verzwaring ten behoeve van jullie brainstorm vanmiddag:

5.1.2e Het lijkt er inderdaad op dat de GRP druk voor vaccin lager is bij STER dan bij Ad Alliance en Talpa. Dit doordat er ook andere roulement campagnes lopen, waarvoor meer STER GRP's naar deze campagnes gaan. Normaliter is de verdeling 33%/33%/33%. We kunnen 150 GRP's commercieel bijkopen om meer richting deze verdeling te gaan voor een bedrag van 5.1.2b voor de periode 11 t/m 31 januari kost. Dit is op basis van 30" voor de (STER) doelgroep 25-67 jaar. Waar mogelijk sturen we naar nieuws programmering en naar brede bereikblokken, zoals Wie is de 5.1.2e.

Aangezien jullie besproken hebben met 5.1.2e dat er meer GRP's worden ingezet bij de STER aan het einde van de campagneperiode is het wellicht niet meer nodig, maar anders zouden we de volgende next steps moeten volgen als we maandag (11 januari) live willen:

- Akkoord op budget vanuit VWS zsm
- PO aanmaken op basis van budget en uitgangspunten
- Procuratie opstellen
- PO ontvangen voor 16 uur vandaag
- Inkoop TV zendtijd STER
- Morgen uiterlijk einde dag delen we het uitzendschema

PRINT:

1. We zijn aan het uitzoeken wat de mogelijkheden zijn voor 3 x 1/8 pagina op achtereenvolgende pagina's in de landelijke dagbladen voor 16 januari as. Wel alvast belangrijk om op te merken is dat 3 advertenties op achtereenvolgende pagina's in de dagbladen is een hele opgave voor specifiek DPG Media gezien de grote hoeveelheid regionale dagbladen. Januari is een

rustiger maand en wellicht zorgt dit voor meer mogelijkheden.

2. Bij het inzetten van de huis-aan-huisbladen is ons advies altijd om een 1/1 pagina omdat dit formaat altijd het meeste impact heeft, maar we zijn ook aan het bekijken welke andere formaten mogelijk zijn. We kunnen niet op de gemeente berichten plaatsen maar kunnen wel de voorkeur meegeven dat we in de buurt hiervan plaatsen. Wat betreft het aanleveren voor advertenties moeten we rekening houden dat er titels zijn die eerder sluiten maar dat is afhankelijk van de titelselectie. Aanleveren op maandag voor een landelijk rondje HaH is niet mogelijk, dit moment zal naar alle waarschijnlijkheid op donderdag einde dag of misschien vrijdagochtend moeten gebeuren.

ONLINE:

1. We zijn momenteel aan het uitzoeken of en hoe we de display campagne kunnen verzwaren. Bijvoorbeeld door het inzetten van HPTO's of vaste posities op nieuwssites, maar ook zullen we onderzoeken of het nodig is om de native/branded content inzet te verzwaren
2. De OLV loopt tot 24 januari, maar aangezien de TV campagne ook loopt tot 31 januari zal deze ook langer doorlopen.
3. Social: we stellen voor om deze niet verder te verzwaren, want deze wordt al behoorlijk zwaar ingezet de komende tijd. Onderstaand de bereiksinsschatting van de januari flight. Inclusief de decemberflight komen we op 78% bereik uit.

budget net/net	Frequency	impressies	bereik	doelgroep grootte	doelgroep bereik %
5.1.2b	8	53.000.000	6.666.667	11.000.000	61%

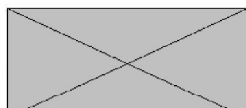
5.1.2e hiermee zouden we veel zichtbaarheid kunnen realiseren, maar in deze fase van informeren zouden we dan vooral duidelijk moeten aangeven dat alle info te vinden is op coronavaccinatie.nl. Is dat ook een middel wat jullie zouden willen overwegen?

Of is het gezien de grote stijging van de bereidheid om te laten vaccineren wellicht voldoende om de huidige middelenmix te handhaven en te optimaliseren binnen deze mix?

Ik heb de mogelijkheden die we al wel in kaart hebben toegevoegd in de bijgevoegde flowchart.

Als jullie nog vragen hebben dan horen we dat natuurlijk graag.

Vriendelijke groet, 5.1.2e



5.1.2e

5.1.2e

5.1.2e

NETHERLANDS HEADQUARTERS, 5.1.2e ANROOYSTRAAT 7
1076 DA, AMSTERDAM | WWW.INITIATIVE.NL

**In verband met de feestdagen is ons kantoor gesloten op 24, 25, 31 december en 1 januari.
Due to the holidays our offices will be closed on December 24th, 25th, 31st and January 1st.**

This message contains information which may be confidential and privileged. Unless you are the intended recipient (or authorized to receive this message for the intended recipient), you may not use, copy, disseminate or disclose to anyone the message or any information contained in the message. If you have received the message in error, please advise the sender by reply e-mail, and delete the message. Thank you very much.