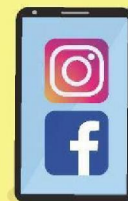


Corona stopt bij jou campagne - GGD BZO

Toegankelijke coronavoorklichting voor laaggeletterden en mensen die het Nederlands slecht beheersen.



Offline campagne
350.000 folders

VANAF OKTOBER 2020

Online campagne

2,2 mln weergaven
280.000 unieke personen

DECEMBER - JANUARI

Klik hier
voor een
voorbeeld



310.000
huishoudens

GGD website met
de folder in 7 talen
4100 weergaven
met een piek rond
de huis aan huis
verspreiding

40.000 via
verpleeghuizen
huisartsen
bibliotheken
supermarkten
apotheken
drogisterijen



Advertenties
met animatie

1 mln weergaven
163.000 personen



Advertenties
met caroussel

612.000 weergaven
186.000 personen



Advertenties
met poll/quiz

636.000 weergaven
115.000 personen



Instant experience
(pagina binnen Facebook en Instagram)

9.300 personen zijn in de Instant
experience geweest, die ze voor
ongeveer 70% hebben bekeken (dat is
relatief veel). Kijktijd was 37 seconden,
dat is 2x langer dan gemiddeld.



Organische posts
Facebook/Instagram

19 verschillende
afbeeldingen of animaties
met een totaal van 95.000
weergaven op Facebook
en Instagram van GGD.

Zuidoost-Brabant heeft 420.000 actieve Facebook/Instagram gebruikers. Hiervan hebben 280.000 personen gemiddeld 8x een campagne-uiting gezien. Zuidoost-Brabant heeft 64.000 Facebook/Instagram gebruikers die onder de doelgroep laaggeletterd/anderstalig vallen. Hiervan hebben 32.000 personen minstens 7x een uiting gezien. Wat opvalt is dat ze de advertenties langer en vaker hebben uitgekeken. Gemiddeld 1 op de 5 personen keek de volledige advertentie uit.



Zuidoost-Brabant

Corona stopt bij jou campagne - GGD BZO

Toegankelijke coronavoortlichting voor laaggeletterden en mensen die het Nederlands slecht beheersen.

GGD Brabant-Zuidoost ontwikkelt vanaf augustus 2020 de campagne Corona stopt bij jou. Met afbeeldingen, heldere taal en een kleurrijke vormgeving maakt de campagne coronavoortlichting toegankelijker voor laaggeletterden en mensen die het Nederlands slecht beheersen. Een huis-aan-huis folder, social media berichten en de website www.coronastoptbijjou.nl geven uitleg over o.a. coronaklachten, testen, quarantaineregels en mondkapjes. Aanvullend start een advertentiecampaagne op social media van begin december 2020 tot eind januari 2021.

Doelen

- **Informerend:** heldere informatie geven over het hoe en waarom van de maatregelen, het testen en quarantaine.
- **Motiverend:** mensen motiveren de maatregelen te volgen en ze aanmoedigen deze vol te houden.

Doelgroepen

De campagne richt zich op alle inwoners van Zuidoost-Brabant en in het bijzonder op laaggeletterden en mensen die slecht Nederlands lezen en begrijpen.

Offline folder en website coronastoptbijjou.nl

De folder geeft informatie over wanneer je je moet laten testen, het maken van een afspraak, het krijgen van de uitslag, quarantaine en de algemene hygiënemaatregelen. Op de website www.coronastoptbijjou.nl staat aanvullende informatie en de folder is via een QR code in meerdere talen (Pools, Roemeens, Turks, Arabisch, Engels en Duits) beschikbaar.

Bereik:

- **Folder:** in totaal 350.000 stuks verspreid, waarvan 310.000 huis aan huis en 40.000 via huisartsen, apotheken, gemeentehuizen, supermarkten en drogisterijen.
- **Website:** 4100 unieke bezoekers van 1 oktober 2020 tot 1 februari 2021.

Online campagne via twee kanalen:

- **Betaalde advertenties** op Facebook en Instagram die doorlinken naar een Instant experience (een soort website)

Deze worden voor de anderstaligen automatisch vertaald in de taal waarmee ze Facebook en Instagram gebruiken.

- **Organische posts** op het [Facebook](#)- en [Instagram](#)account van de GGD Brabant-Zuidoost en de gemeenten in de regio.

Vorm en inhoud van de campagne:

- **Bewegende animaties** en posts om de aandacht te trekken en voor kennisoverdracht.
- **Dilemma's** en quizen om mensen actief te betrekken bij de inhoud.

Looptijd:

Begin december 2020 t/m eind januari 2021

Kosten campagne*:

€ 72.000,- (€ 0,09 per inwoner)

Offline campagne		Online campagne	
Ontwerp folder	€ 7.000	Ontwerp advertenties	€ 17.000
Huis-aan-huis verspreiding	€ 12.000	Online marketing	€ 4.000
Drukkosten	€ 21.000	Advertentiekosten	€ 11.000
totaal	€ 40.000	totaal	€ 32.000

* Exclusief de gemaakte uren door GGD-medewerkers afdeling Gezondheidsbevordering, Communicatie en IZB

Uitvoering

Voor deze campagne werkt GGD Brabant-Zuidoost samen met ontwerpbureau Studio van Laar en online marketingbureau Online Roots.

Resultaat

Met het te besteden budget heeft de online campagne het verwachte aantal mensen ruimschoots bereikt. Het thema quarantaine trok de meeste aandacht qua kijktijd en doorklikken naar meer informatie. In vergelijking met soortgelijke advertentiecampaagnes is het aantal reacties (verder klikken binnen de campagne en doorsturen naar anderen) hoog. Bij laaggeletterden en anderstaligen is het aantal reacties en de kijktijd hoger dan het gemiddelde van de campagne.



Artikel in de Volkskrant



Artikel in huis-aan-huis kranten



Advertentie in huis aan huis krant [Thuis In](#)



Advertentie op LED scherm



Boodschap op fietsenteller toegangswegen