

Maandrapportage Janssen BV, Oktober 2018

In deze rapportage bespreken we het social media bereik van Janssen BV deze maand. Hierbij kijken we naar de input (het aantal geplaatste posts) en de interactie met deze posts, de belangrijkste influencers, het aantal volgers van de social mediakanalen, bezoekers aan de website en vanuit welke bronnen deze bezoekers kwamen.

Samenvatting: Deze maand was er op social media vooral veel aandacht voor de opening van de nieuwe vestiging in Eindhoven. Het social media bereik nam gemiddeld genomen toe en de website deed het goed qua bezoekersaantallen. Bijna 40% van de bezoekers kwam op de website terecht via social media, en met name via Facebook. Ook werd Janssen BV deze maand in maar liefst vijf blogs besproken, wat bijdroeg aan de toename in bereik.

Social media bereik

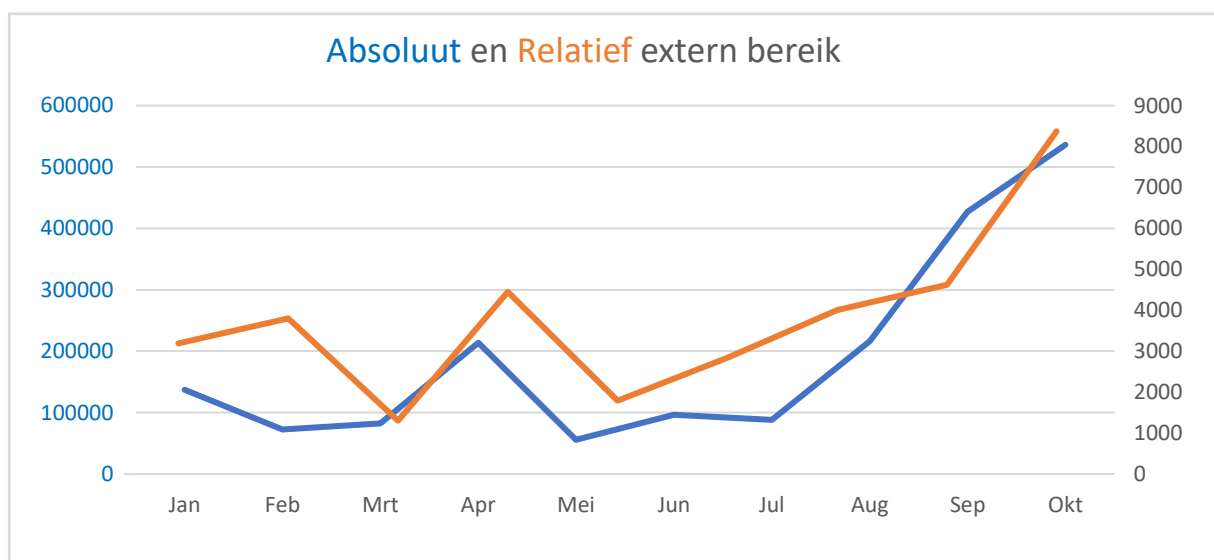
Hieronder een schematisch overzicht van het social media bereik van deze maand, vergeleken met vorige maand. Deze maand was er een toename in input, omvang, absoluut er relatief bereik voor alle platforms behalve Facebook. De interacties gingen echter gemiddeld genomen wat achteruit, al was er voor LinkedIn, Instagram en de website een flinke toename te zien.

	Input	(Potentieel) bereik		Omvang	Interacties**	
	# posts	absoluut	relatief*	# volgers	absoluut	relatief*
Website	-	6.827 +62%	-	-	358 +56%	-
Facebook	8 +0%	(1.145) -70%	(143) -70%	1.606 +1%	138 -30%	17 -30%
Twitter	16 +7%	(77.630) +29%	(4.852) +21%	823 +0%	1680 -13%	105 -19%
LinkedIn	8 +33%	(1.897) +74%	(237) +31%	171 +7%	54 +80%	7 +35%
Instagram	8 +167%	-	-	424 +8%	216 +204%	27 +14%
TOTAAL	40 +25%	(87.499) +26%	(2.187) +1%	3.024 +2%	2.446 -1%	62 -21%

* relatief: het bereik of het aantal interacties, gedeeld door het aantal posts geplaatst door Border Sessions

** interacties: omvat alle interacties met posts, zoals reacties, shares, likes en link kliks; voor de website van Border Sessions zijn de interacties het aantal kliks op de TICKETS link

Hieronder is een verloop te zien van het social media bereik van Janssen BV sinds de start van de campagne. Na wat pieken en dalen in de eerste halfjaar blijft het bereik stijgen sinds Juli 2018. De campagne lijkt dus goed opgepikt te worden door het publiek.



Het bericht met het grootste bereik deze maand was een Twitter post over de [prijsvraag](#) naar aanleiding van de nieuwe vestiging (zie post linksonder). Deze ontving 13.610 potentiële views en 250 interacties. Op de tweede plaats stond een Twitter posts over de [opening van de vestiging](#) door de burgemeester, met een bereik van ruim 11.000 potentiële views.



Op andere platforms stonden deze onderwerpen ook in de schijnwerpers. Op LinkedIn en Facebook waren vergelijkbare posts over de prijsvraag het meest populair qua zowel bereik als interacties, met ieder ruim 5.000 potentiële views en meer dan 120 interacties. Op Instagram was de foto van de speechende burgemeester het meest populair. Deze foto kreeg 34 likes en 12 opmerkingen.

De top 10 influencers voor Janssen BV waren deze maand:

1. van der Vliet (bereik 169.168): burgemeester van Eindhoven
2. Gezond en Geluk (bereik 16.000): ondersteunen welvaart in Nederland
3. Jos van Zevenem (bereik 2.466): hoogleraar urban management in Rotterdam
4. D32 Solutions (bereik 4.428): innovatieve bedrijfsoplossingen
5. Kathelijnn Hendrikse (bereik 1.098) mede-eigenaar B.Bloom
6. Gemeente Eindhoven (bereik 2.631)
7. Janssen BV (bereik 97.526)
8. Lodewijk Sosa (bereik 1.298): onderzoeksassistent bij DPPS
9. OpenDoors (bereik 2.631) klant van Janssen BV
10. Actueleprijsvraag.nl (bereik 1.953): overzichtspagina voor actuele prijsvragen

Website

Deze maand kreeg de website van Janssen BV 80% meer bezoekers dan vorige maand. Naast de Startpagina waren net als voorgaande weken de Prijsvraag, Nieuws en Over ons pagina's populair, en kregen ieder 20 tot 60% meer bezoekers dan vorige maand. Wel nam de bezoekduur met 1.32 minuut per pagina iets af in vergelijking met vorige maand. Dit is deels te verklaren door de toename in bezoeken aan de Prijsvraag pagina, waarop bezoekers gemiddeld maar 0.24 minuut doorbrachten.

De meeste bezoekers kwamen deze maand weer op de website terecht via social media (38.8%) en het direct intypen van de link (31.2%). Binnen social media zorgde Facebook zoals gewoonlijk voor de meeste bezoekers (65.3%), gevolgd door Twitter (33.2%). Vanuit Facebook kwamen bezoekers vooral binnen via links getagd met de onderwerpen "prijsvraag" (24.0%) en "opening" (20.0%) en vanuit Twitter vooral via het onderwerp "opening" (37.0%).

Ook berichten op externe websites droegen deze maand met 15.2% aanzienlijk bij aan de websitebezoeken. Normaliter ligt dit getal rond de 5%. Dit verkeer werd met name gedreven door de volgende drie websites: www.gemeenteindhoven.nl ([nieuwsbericht over de opening van het nieuwe pand](#), 34 bezoekers), www.actueleprijsvraag.net ([prijsvraag over locatie van pand](#), 26 bezoekers), en www.welzijnineindhoven.nl ([achtergrond van Janssen BV en vermelding van opening nieuwe pand](#), 13 bezoekers).