

Evaluatie corporate campagne Ster Reclamestarter 2025

- 1. Groot bereik via tv en radio:** de campagnes op de publieke omroep bereikten 66% van de Nederlanders van 25-67 jaar via tv (ca. 6,5 miljoen mensen) en 43% via radio (4,3 miljoen mensen). Voor Reclamestarter-campagne geldt: 57% / 5,6 mln op tv en 41% / 4,1 mln op radio.
- 2. Sterke stijging websitebezoek tijdens campagne:** tijdens een onderzochte campagneperiode was er een grote stijging in het aantal sessies op de reclamestarterpagina (van ca. 100 naar 1812 sessies) en een stijging van ruim 43% in het totale websitebezoek t.o.v. dezelfde periode vorig jaar.
- 3. Campagne zorgt voor uplift in podcastbeluisteringen:** tijdens een andere campagneperiode (radio tag on voor podcast 'Starten met reclame' ingezet) was het gemiddeld aantal podcastbeluisteringen per dag een hoger (1,88 per dag) dan 1,12 vóór en 0,59 ná de campagne.
- 4. Online displaycampagnes onder benchmark, maar video boven benchmark:** de meeste displaycampagnes (CTR 0,06%) presteerden onder de benchmark (niet ongewoon voor B-to-B-campagnes), terwijl videocampagnes qua view-through-rate (VTR) vaak boven benchmark scoorden
- 5. Externe displaycampagne binnen business-netwerk scoorde hogere CTR** van 0,34%, fors hoger dan in het NPO-netwerk (0,06%). Dit wijst op effectievere doelgroepbenadering buiten het eigen netwerk. Wel viel de leadgeneratie bij alle externe campagnes tegen.
- 6. Meeste uplift in primetime en op NPO 1 extra:** de Radio- en tv-meter liet zien dat grootste stijging in websitebezoek na tv-spots werd gemeten tijdens primetime, in de avond, bij de eerste positie in het blok en op NPO 1 extra. Aanwezigheid op deze momenten is dus extra waardevol.
- 7. Displayverkoop groeit in de zomer:** er is een groei in displayverkoop zichtbaar in de zomermaanden. Hoewel dit niet één-op-één aan de campagne te koppelen is, is het aannemelijk dat de campagne hier aan heeft bijgedragen

Resultaten Ster-effectmeting 2024

Aanvulling op Bekendheid Ster op p.10 van leidraad

Campagne heeft effect op hoge merkpositie:

60% herkent onze campagne

Mensen die de campagne herkennen...

- ▶ Kennen Ster spontaan (33% vs. 19%) en ons tv-aanbod beter (58 vs. 45%)
- ▶ Overwegen Ster eerder voor tv-inzet (47% vs. 25%) en radio-inzet (36% vs. 22%)
- ▶ Zijn eerder geneigd meer informatie op te zoeken (30% vs 14%) en de website te bezoeken (39% vs. 14%)
- ▶ Kennen onze boodschappen beter, bijv. Ster zorgt dat je klaar bent voor het grote publiek (69% vs. 42%)
- ▶ Vinden Ster eerder toonaangevend (59% vs. 39%) en vernieuwend (28% vs. 14%)