

# Oog voor Terschelling in 2022

TerschellingPartners bereikt miljoenen mensen met campagnes en online media kanalen.



Foto: Ester Bouwsma

Marketingorganisatie **TerschellingPartners** realiseerde in het voorjaar een online promotiecampagne, gericht op het uitbreiden en versterken van de 'community' op de social mediakanalen. Daarnaast werd in het najaar een campagne gerealiseerd, waarbij de (potentiële) gast verleid werd om hun volgende vakantie naar Terschelling te gaan boeken. Alle online activiteiten van **@Terschelling.site** leidden tot **12,3 miljoen weergaven**. Hiermee bouwt de in 2019 opgerichte marketingorganisatie van samenwerkende Terschellingse ondernemers en andere instanties in de toeristische sector verder aan een stevig fundament onder de zichtbaarheid en bekendheid van Terschelling.

## 7.6 miljoen

weergaven met Facebook, Instagram en Twitter



Facebook posts genereerden ruim 4.5 miljoen weergaven, voor Instagram waren dat er ruim 3.1 miljoen. Met de 'stories' werden een half miljoen mensen bereikt. Op Twitter genereerden de Tweets 175.000 weergaven.



Foto: @skylvigje via Instagram

Best presterende bericht op facebook in 2022 met een bereik van 58.913

## 1.4 miljoen

weergaven met Najaarscampagne 'Op Terschelling'

In het najaar ging de campagne 'Op Terschelling' live. Met deze campagne werd de consument verleid om hun volgende vakantie naar Terschelling te gaan boeken. Binnen de online campagne stonden er vijf themavideo's centraal, deze video's werden via verschillende online media kanalen verspreid onder de relevante doelgroepen.

## Toerismedag Terschelling

In de Wyb vond op woensdag 5 oktober de eerste succesvolle Toerismedag Terschelling plaats. Onder het motto 'Koers op Kennis' loodste het eendaagse seminar de ondernemers van het eiland naar het volgende toerismeseizoen.



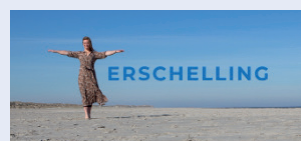
Best presterende Reel op Instagram in 2022 met 21.375 weergaven.

## 3.3 miljoen

weergaven voorjaarscampagne #TipvanTerschelling



In het voorjaar werd de campagne #TipvanTerschelling gelanceerd. Vier eilanders waren het gezicht van deze online campagne waarbij wij het speciale eilandgevoel benadrukten. Een instameet was de aanjager van de campagne. Zeven Instagram-fotografen waren te gast om Terschelling te ontdekken en om hun ervaringen te delen met hun achterban. En dat deden ze! Naomi van @AuthentiChica heeft met haar account maar liefst 580.000 mensen geïnspireerd met haar verhalen over Terschelling.



## 19.900

foto's gedeeld met de hashtag #OpTerschelling



Foto: @MagdaSpierings

Sinds de lancering van #OpTerschelling werden tot eind 2022 op Instagram maar liefst 19.600 foto's gedeeld met deze hashtag. De populariteit van de hashtag toont de kracht van de boodschap en draagt in belangrijke mate bij aan de bekendheid van Terschelling.



## Dank voor jullie support!

TerschellingPartners is blij met het enthousiasme en de support op de verschillende social mediakanalen van lokale ondernemers en 'ambassadeurs'. Met hun eigen verhalen en foto's ondersteunen zij de boodschap. Wij rekenen ook in 2023 weer op hen en zien uit naar de mooiste stories en foto's #OpTerschelling. Wil je geïnterviewd worden voor de website? Laat het ons weten!



**TERSCHELLING**