

Case: Nyenrode New Business School

Nyenrode New Business School heeft er in de maand mei 2011 voor gekozen om haar statische website uit te breiden met een Social Media Newsroom. Er is hierbij gekozen voor de SaaS-oplossing van PersPagina.nl.

Adwords

De Adwords advertenties zijn gestopt in de maand juli. Vervolgens zien we vanaf dat moment een dalende lijn voor het aantal bezoekers per maand. We kunnen hieruit concluderen dat het aantal bezoekers per maand voornamelijk afkomstig was van betaalde advertenties en dat die bezoekers niet trouw genoeg waren om voor een "steady" aantal terugkerende bezoekers te zorgen.

Terugkerend verkeer

De Newsroom activiteiten zijn gestart in de maand mei. Vanaf dit moment zien we een grotere stijging van het aantal bezoekers op basis van relevante content (geen loekertjes maar nieuwsfeiten) t.o.v. de betaalde Adwords campagne van de afgelopen jaren. De statistieken laten ook zien dat het percentage terugkerende bezoekers hoog is, wat ook juist de opzet is geweest van de campagne: influencers één locatie bieden waar ze alles kunnen vinden wat ze nodig hebben.

Kosten reductie

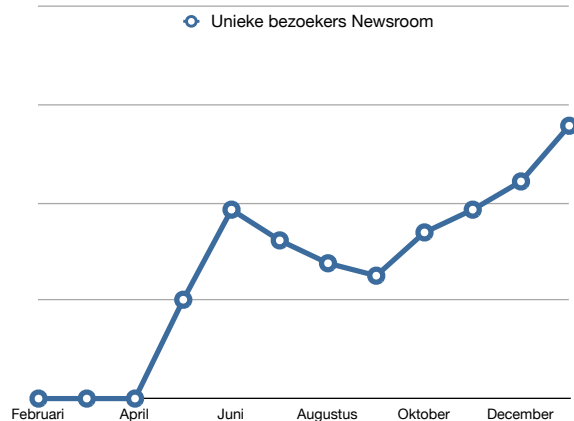
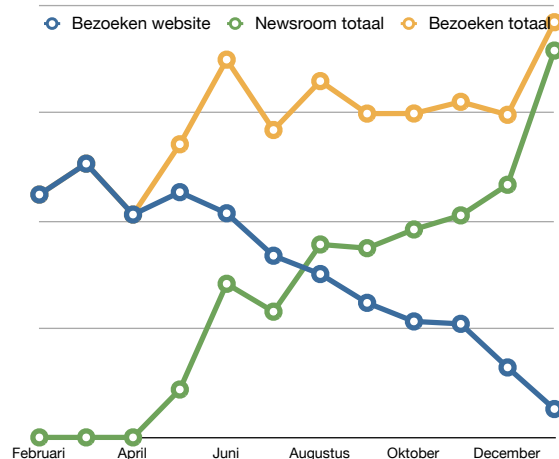
Terwijl de prestaties aanzienlijk zijn verbeterd, zijn de maandelijkse lasten hiervoor afgenomen met 7%. Hierbij is enkel gekeken naar externe kosten, inclusief maandlijks extern advies.

Conclusie:

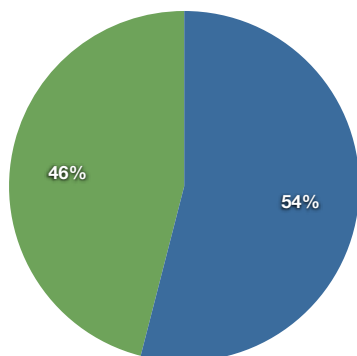
Voor lagere externe maandelijkse kosten is er een grotere interactie gerealiseerd met de bezoeker, waardoor deze eerder terugkeert. Tevens is het aantal maandelijkse bezoekers van de oude website (welke in de loop van de maand niet meer werkzaam zal zijn) verhuist naar de Newsroom-site (PersPagina).

Nyenrode New Business School newsroom:

<http://newsroom.newbusinessschool.nl/>



Laatste release



Overkoepelende newsroom

