

# Expedia wint prijs voor beste marketingcampagne in recreatie en toerisme

24-11-2015 10:13

*Tijdens de recreatievakbeurs in Gorinchem heeft blogster Daisy Scholte namens Expedia de prijs in ontvangst genomen voor de beste marketingcampagne in recreatie en toerisme van 2015. Met de campagne heeft Expedia haar zakelijk imago op de Nederlandse markt verbreed in de toeristische richting.*



De campagne van Expedia startte met een zoektocht naar een blogger die gratis rondreis door Nederland mocht maken om daar vervolgens over te bloggen. De keuze viel op blogster Daisy Scholte, die een jaar lang bloggend de mooiste plekjes van Nederland bezocht. De campagne zorgde voor veel aandacht voor de website. Wellicht nog interessanter: Expedia werd in Nederland vooral gezien als een oriëntatiewebsite voor zakelijke reizen. Dankzij deze campagne kwamen ook de toeristische mogelijkheden van de website in de spotlights te staan. De jury was niet alleen enthousiast over de campagne van Expedia. De invulling die Daisy Scholte aan haar opdracht gaf, droeg zeker bij tot het succes; leuke verhalen en vooral prachtige foto's zorgden er voor dat Scholte een echte fanclub wist op te bouwen. Da keuze voor Expedia was volgens de jury overtuigend. Op plek twee eindigde de campagne van de Zonnebloem. De derde plaats was voor de Walibi campagne #hardgaan. De jury van dit jaar bestond uit: Patrick Mulder (verkeersburea.info), Susanne Giesbers (Pleasureworld), Ruud Steenhuisen (Duitsland expert) en Martin van Kranenburg (Onlinebeïnvloeden.nl) Meer informatie: [www.expedia.nl/vc/reisgidsen/author/daisy-scholte](http://www.expedia.nl/vc/reisgidsen/author/daisy-scholte) [www.alldayeverydaisy.com](http://www.alldayeverydaisy.com) [www.pleasureworld.nl/awards/marketing-innovatie-award/](http://www.pleasureworld.nl/awards/marketing-innovatie-award/)

## Over het Expedia Pioneer project

Het Expedia Pioneer project is ontstaan omdat Expedia meer lokale relevantie aan zijn content wilde geven. Een goede manier om dit te doen is via bloggers die hun eigen land het beste kennen en de lokale cultuur begrijpen. Daarom lanceerde Expedia een campagne in zes Europese landen (Duitsland, UK, Frankrijk, Italië, Spanje en Nederland) om een lokale blogger te vinden, genaamd 'Pioneer'. Deze blogger verzamelt en deelt lokale content voor Expedia in één jaar, gebaseerd op een freelance contract. Hiermee laat Expedia zien dat ze als wereldwijde speler ook juist lokaal relevant kan zijn. **Expedia Pioneer in Nederland** Afgelopen zomer ging Expedia op zoek naar iemand die een jaar lang door Nederland wilde reizen en verslag wilde doen van bekende

en minder bekende bestemmingen, verrassende evenementen en activiteiten. In totaal meldden zich meer dan 200 personen aan voor de rol in Nederland. Uit al deze kandidaten is Daisy Scholte gekozen als Pionier voor Nederland. Daisy bezocht in een jaar tijd circa 100 bestemmingen, verbleef in 50 hotels, at in 350 verschillende restaurants, schreef [158 blogs](#) en maakte [30 video's](#) tijdens haar reis door Nederland. Ook gebruikte ze [Twitter](#), [Facebook](#) en [Instagram](#) om haar verhalen te delen, maar ook om tips van landgenoten te vragen. Haar rondreis door Nederland heeft interessante nieuwe kennis en relevante content opgeleverd voor landgenoten en andere reisliefebbers. Haar persoonlijke reisverhalen zijn te vinden op het [bloggersplatform van Expedia](#) en in de [online reisgidsen](#) van Expedia die reisinspiratie bieden. In [deze video](#) krijg je in tweeënhalve minuut een indruk van haar reis door Nederland.

Redactie