

# Roompot wint twee prijzen voor omnichannel mediacampagne

30-11-2015 12:25

Roompot Vakanties en haar digitale marketingbureau OMCollective ontvingen een gouden award in de categorie 'Most performing campaign for the travel scene' bij de Belgische [Digital Marketing Awards](#) in Gent. De prijs was een beloning voor een sterke case, waarbij de doelstelling was om een omzetsijging van 35 procent te realiseren. Die doelstelling werd al ruim behaald in de eerste twee kwartalen van dit jaar door een omnichannelaanpak. Dezelfde campagne ontving ook nog de prijs voor 'Best performing campaign'.



## Multi channel

Wesley Koolen van Roompot licht de aanpak toe: "We hebben diverse kanalen ingezet, gekoppeld met Google Doubleclick. Door deze koppeling konden we van ieder kanaal exact zien wat de performance was én of er kruisbestuivingen waren tussen bepaalde kanalen. We hebben bijvoorbeeld bekeken of mensen die op Youtube een commercial zagen, ook eerder op de naam "Roompot" zochten in Google?" Ingezette kanalen waren onder andere:

- Doubleclick search - Doubleclick campaign manager (voor het kunnen koppelen van alle channels) - Doubleclick bidmanager (voor het automatisch kunnen bijsturen van alle biedingen op search) - Gmail sponsored promotions - Dynamic banner retargeting - Dynamic tekst retargeting - Youtube incl. pre-rolls (de reclame filmpjes die je ziet voordat je gekozen filmpje zelf begint) - Een stuk branding door middel van display en bannering **Advies van Google**

Daarnaast heeft Roompot ten opzichte van vorig jaar haar timing verschoven; op advies van Google zelf. In januari werd een grote campagne gevoerd, waardoor er al veel boekingen warden gemaakt voor de zomerperiode (met hogere marges, minder korting en uiteraard beter voor de liquiditeit). Voorheen zat Roompot altijd last-minute, en zeker voor de zomerperiode. De verschuiving leverde goede resultaten op. De campagne viel dus twee keer in de prijzen. Een prijs specifiek voor de travel industry en de andere was omdat deze campagne qua performance het beste was van alle ingezonden campagnes en juist de omni-channel inzet en veranderde timing uniek is in de markt. Een andere winnaar uit de recreatiesector was Plopsa. Zij wonnen de prijs voor 'Most Performing Campaign for the News & lifestyle scene' voor hun affiliate marketing campagne bij TradeTracker Meer informatie: [www.roompot.nl](http://www.roompot.nl) [www.omcollective.com](http://www.omcollective.com)