

To: (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>
From: (10)(2e)
Sent: Wed 7/29/2020 2:12:06 PM
Subject: RE: Akkoord nodig voor donderdag 12.00 uur - Media inzet Corona App campagne
Received: Wed 7/29/2020 2:12:00 PM

Ja mooi !

Van: (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>
Verzonden: woensdag 29 juli 2020 15:48
Aan: (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>
Onderwerp: RE: Akkoord nodig voor donderdag 12.00 uur - Media inzet Corona App campagne

Ha (10)(2e)

Eens. En ik verwacht dat men dit bij FEZ en MinFin ook goed zal begrijpen, dus ik voorzie geen grotere problemen bij het binnenhalen van de claim!

Groet, (10)(2e)

Van: (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>
Verzonden: woensdag 29 juli 2020 15:46
Aan: (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>
Onderwerp: RE: Akkoord nodig voor donderdag 12.00 uur - Media inzet Corona App campagne

Dank voor je beelden (10)(2e), eea zal sterk afhangen inderdaad hoe de adoptie gaat verlopen. Hoge adoptie is grote prio en eventueel gaat er dus flink wat extra mediapower tegenaan in het najaar en dat zal (en mag) wat kosten. Dat we ook optimaal gebruik maken van bestaande zaken is ook goed punt, maar ik denk dat dat niet afdoende zal blijken,

Grt (10)(2e)

Van: (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>
Verzonden: woensdag 29 juli 2020 15:43
Aan: (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>
Onderwerp: RE: Akkoord nodig voor donderdag 12.00 uur - Media inzet Corona App campagne

Ha (10)(2e)

Ik heb zijdelings alvast een aantal checkvragen aan (10)(2e) voorgelegd, aan de budgettaire snap ik wat er gebeurt.

T.a.v. de bredere financiële plaat:

- € (10)(2b) voor een media campagne is fors, maar m.i. uitlegbaar vanwege de noodzaak en omvang van de campagne. Echt alle zeilen worden bijgezet.
- Ter vergelijking: de publiekscampagnes Depressie (Hé, het is oké) en NIX18 kostten € 1 mln per jaar. De kosten voor de campagne voor Werken in de Zorg lagen iets lager, circa € 0,5 mln
- Aandachtspunt is wel dat deze begroting toeziet op de periode t/m eind oktober. Afhankelijk van adoptiebereidheid etc. zal de campagne een vervolg krijgen. Ik zou willen voorstellen om voor de verlenging van de campagne zoveel mogelijk gebruik te maken van bestaande middelen (spotjes/posters/radiospots) om de kosten enigszins te beperken.

Tekstvoorstel:

Akkoord met de uitvoering van de begroting. De kosten liggen wel (fors) hoger dan eerdere door VWS ingezette campagnes (denk aan Depressie en NIX18), maar gelet op de omvang en noodzaak van de campagne lijkt dit uitlegbaar. Graag wel aandacht voor het beheersbaar houden van de kosten voor de periode na eind oktober: graag voor deze periode – indien nodig - zoveel mogelijk gebruik maken van bestaande middelen (spots e.d.) om de kosten niet te hoog op te laten lopen. Dit kan politiek kwetsbaar zijn, zeker als het aantal downloads ondanks de forse media-inzet gering blijft (waar we natuurlijk niet van uitgaan).

Van: (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>
Verzonden: woensdag 29 juli 2020 15:25
Aan: (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>
Onderwerp: FW: Akkoord nodig voor donderdag 12.00 uur - Media inzet Corona App campagne

Graag je advies dus !

Van: (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>
 Verzonden: woensdag 29 juli 2020 15:10
 Aan: (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>
 CC: (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>
 Onderwerp: Akkoord nodig voor donderdag 12.00 uur - Media inzet Corona App campagne

Hoi (10)(2e)

Voor de app campagne is bijgaande middelenmatrix en flowchart/kosten begroot.
 Graag ontvang ik **voor morgenochtend 12h** ook jouw akkoord.
 MT Directie Communicatie is reeds akkoord, zie onder.

Voor de check dubbelcheck is deze totaalbegroting en mediamix ook nog getoetst bij de online/social afdeling van Dienst Publiek & Communicatie (DPC).
 Zij adviseren ook positief op dit voorstel. Uitgaande van de meest optimale druk en bereik wat tot adoptie van de app moet leiden onder beoogde doelgroepen.

Media wordt flexibel dus vrijblijvend ingekocht.

- Indien minister besluit tot definitieve uitrol per 1 september starten we meteen met de inzet van de online- en social campagne.
 Voor de uitrol van de TV en radio commercial rekenen we met een week voorbereidingstijd ná beslissing GO live. Dus vanaf 8 september on air.
 Voor TV hebben we er voor gekozen twee commercial varianten in te zetten:
 1. TVC – ketting concept (gericht op download en sociale norm, persoonlijk en dichtbij)
 2. Informerende animatie (27 sec.) over nut & noodzaak (ondersteunend aan conceptuele TVC)
- Online influencers staat begroot op (10)(2b) Inzet en invulling wordt nader bepaald. We zijn in gesprek met jongerenmarketing bureau YoungWorks (co-creatie sessie en advies) ism ons mediabureau Initiative.
 Dit is vooral nog niet in beton gegoten, wél begroot.

Kosteninvestering:

Begroot en ingediend via Directie I (ten tijde van de appathon): € (10)(2b) incl. BTW

Aanvullend nodig: € (10)(2b)

- Effectieve mediainkoop: € (10)(2b)
- Bureau uren € (10)(2b)

In mei door mij al aangegeven bij Directie I en DCO dat er naar verwachting een extra aanvraag van (10)(2b) mediainkoop voor najaarsbegroting volgt.

Overigens betreft deze mediainzet de periode vanaf lancering september t/m laatste week oktober.

Afhankelijk van adoptiebereidheid, actuele downloadcijfers én corona realiteit zal de campagne een vervolg krijgen om downloads te blijven stimuleren.

Hetzelfde geldt voor de inzet van lokale media indien er regionale/lokale lockdowns ontstaan.

Op de forecast voor media inzet ná lancering (en evt 2021) kom ik halverwege augustus terug, om mee te laten lopen in de aanvraag najaarsbegroting.

Hoor graag!

Groet,

(10)(2e)

(10)(2e)

.....
 Directie Communicatie
 Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport
 Parnassusplein 5 | 2511 VX | Den Haag

M 06- (10)(2e)
(10)(2e) @minvws.nl
www.rijksoverheid.nl/vws

alleen samen krijgen we
corona onder controle

Van: (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>
Verzonden: woensdag 29 juli 2020 14:16
Aan: (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>; (10)(2e) <(10)(2e)@minvws.nl>
CC: (10)(2e) <(10)(2e)@minaz.nl>
Onderwerp: RE: Media inzet Corona App campagne

Akkoord (10)(2e)

Verzonden met BlackBerry Work
www.blackberry.com