

Cases uit de praktijk

# SUCCESSVOLLE ONLINE MARKETING VOOR CULTUUR & LEISURE

**MEER  
BEZOEKERS,  
MEER  
ZICHTBAARHEID,  
MEER  
IMPACT**



**MUSEA  
MARKETING**



# Inleiding

- Museamarketing 4
- Case 1 Google Ads Kaartverkoop Militracks 6
- Case 2 Google Grants 9
- Case 3 SEO verbeteren 12
- Meer weten? 15

“

**Musea vergroten je  
wereld,  
Museamarketing  
vergroot het  
bereik**

”

**MUSEA**

**MARKETING**

# Museummarketing

## Wie zijn wij?

Museummarketing is gespecialiseerd in online marketing voor musea en de culturele sector. We helpen onze klanten vooruit en we doen dit met enthousiasme en toewijding.

Samenwerken met Museummarketing zorgt ervoor dat musea hun online marketingstrategieën naar nieuwe hoogten tillen en hun culturele schatten op een effectieve en aantrekkelijke manier delen met een breed publiek. Om dit te realiseren maken we gebruik van Google Grants, Google Ads, SEO en social media campagnes.

## Waarom samenwerken met Museamarketing?

Als marketeers van Museamarketing, begrijpen we de uitdagingen waarmee musea te maken hebben bij het vergroten van hun online zichtbaarheid en het aantrekken van een breder publiek.

Museamarketing heeft een gespecialiseerd team om musea te ondersteunen.

Museamarketing biedt:

- Een vaste contactpersoon;
- Senior Marketeers;
- Specialisten leisure & cultuur;
- Maandelijkse rapportages op maat;
- Grote betrokkenheid bij resultaat.

## Klanten van Museamarketing

We werken onder andere voor:



# Case 1.

## Google Ads, Kaartverkoop Militracks



### Oorlogsmuseum Overloon



Het Oorlogsmuseum Overloon is het oudste museum over de Tweede Wereldoorlog in West-Europa, en bovendien het grootste

jaarlijks tweedaags evenement van het museum en is het grootste evenement wereldwijd voor Duitse WO2-voertuigen, met bezoekers van over de



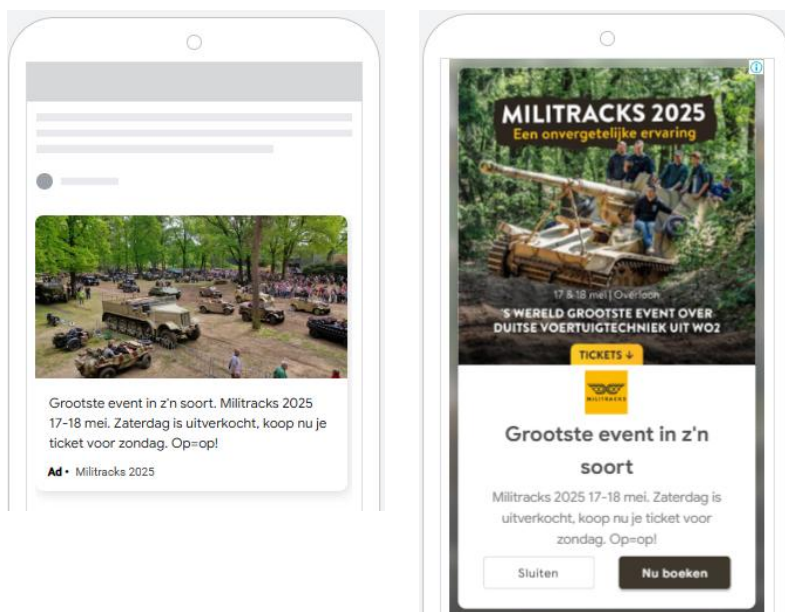
## Opdracht

De opdracht was een online campagne te voeren gericht op ticketverkoop voor Militracks. Zowel voor de early-bird sale als de reguliere verkoop.



## Aanpak

Met een gedifferentieerde benadering bereiken we verschillende doelgroepen - museumbezoekers, eerdere bezoekers van het evenement, nieuwe doelgroepen - op een (kosten-)effectieve manier. Daarvoor zetten we zowel zoekadvertenties via Google Ads & Ad Grants als display- en video ads in. Tevens geven we advies / denken we mee op andere online vlakken (website, socials) om het evenement online zo goed mogelijk neer te zetten.





## Resultaat

Militracks was in 2024 (17.000 tickets) en 2025 geheel uitverkocht.



**Al jaren erg tevreden over de diensten van Museamarketing. Ze denken mee én vooruit om de organisatie naar een hoger niveau te tillen en te zorgen voor een groter bereik binnen nieuwe doelgroepen.**

Janneke Kennis  
PR Manager, Oorlogsmuseum Overloon



# Case 2.

## Google Grants, Museamarketing realiseert 30% van online verkeer.



### Riebedebie



Riebedebie.be inspireert om er elke dag op uit te trekken naar de leukste attracties en meest boeiende musea in Vlaanderen en Brussel. Riebedebie vertegenwoordigt als enige in Vlaanderen en Brussel meer

dan 600 musea, water- en thema-attracties, natuur- en recreatiedomeinen, pret- en dierenparken, belevingscentra en erfgoedsites. Museamarketing beheert sinds 2019 Google Ad Grants voor Riebedebie.



## Opdracht



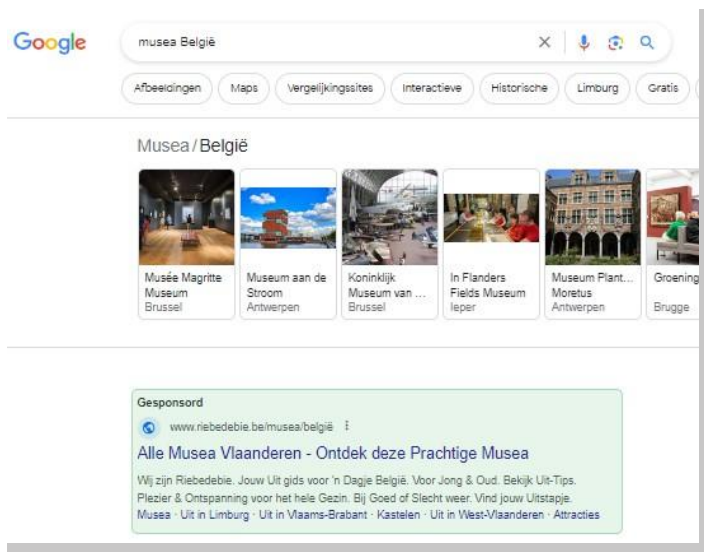
De uitdaging voor Museamarketing is om optimaal gebruik te maken van Google Ad Grants, op een wijze dat er maximaal rendement uit de campagnes komt en het juiste verkeer naar de website wordt geleid.



## Aanpak



Museamarketing realiseert en beheert doeltreffende Google Ad Grants campagnes. Aan de basis ligt telkens een uitgebreide zoekwoord/ kansenanalyse. We sleutelen maandelijks aan advertenties, zoekwoorden, biedingen en advertentie-extensies. We houden contact over wat er in de campagnes en daarbuiten verbeterd kan worden, zodat we het beste uit het advertentiebudget halen. Periodiek versturen we een rapportage over de prestaties en geven gevraagd en ongevraagd advies over websiteverbeteringen.





## Resultaat

In periodes zien we een verdubbeling van het verkeer en gemiddeld over de jaren een toename van 30%. We realiseren een hoge CTR van meer dan 15%, zien verhoogde conversies via Ad Grants (hoger dan via organisch) wat duidt op betrokken en kwalitatief goed verkeer.

Dit resultaten wisten en weten we te consolideren. De focus ligt nu op het verhogen van het aantal hoogwaardige conversies.

# Case 3.

## SEO: Meer zichtbaarheid, meer bezoekers

### Explore Maastricht / Maastricht Underground



Explore Maastricht brengt de verborgen schatten van de stad tot leven via unieke ervaringen en tours – waaronder die van Maastricht Underground. De website was ingericht op conversie: snel boeken stond centraal.

Echter op het vlak van zichtbaarheid in zoekmachines bleek er winst te behalen. De content was beperkt en de structuur bood weinig houvast voor Google.



## Opdracht



Verbeter de organische vindbaarheid van Explore Maastricht, met nadruk op het rijke aanbod en de historische beleving. Niet alleen zichtbaar zijn voor mensen die al willen boeken, maar ook voor mensen die zich oriënteren op wat er te doen is in Maastricht



## Aanpak



We hebben een volledige SEO-audit uitgevoerd en op basis daarvan de structuur van de website herzien. Het menu werd logischer opgebouwd, nieuwe pagina's en content werden toegevoegd met SEO-rijke teksten, en de onderliggende techniek werd geoptimaliseerd. Denk aan titels, metabeschrijvingen, interne links en structured data.



## Resultaat

De organische zichtbaarheid is aanzienlijk verbeterd. Explore Maastricht wordt nu gevonden op brede zoektermen rondom Maastricht en zijn historie. Het resultaat: een stijging in organisch verkeer en meer boekingen via niet-betaalde kanalen. Deze duurzame groei draagt bij aan een sterkere online aanwezigheid én lagere marketingkosten op lange termijn.

**“ Dankzij de samenwerking met Museamarketing zijn wij als aanbieder van belevingsrondleidingen in Maastricht niet alleen beter zichtbaar in Google, maar bereiken we ook een nieuwe doelgroep. Hun doordachte SEO-aanpak ontzorgt ons volledig en zorgt voor een toename in organisch verkeer. Daarnaast profiteren we van hun expertise op het gebied van Google- en Meta Ads, waarmee we onze doelgroepen nu ook effectief bereiken via betaalde campagnes. Deze combinatie van organische en betaalde online marketing levert zowel meer zichtbaarheid als conversie op. ”**

Paul Haemers  
Teamleider Maastricht Underground

## Meer weten?

Museamarketing biedt expertise en ervaring plus een persoonlijke benadering, kennis van de culturele sector en meetbare resultaten. Of het nu gaat om het optimaliseren van Google Grants, het creëren van succesvolle Google Ads campagnes of het beheren van social advertising, we staan klaar om musea te begeleiden naar succes.

Wil je weten wat Museamarketing voor jouw museum kan betekenen?

Neem vrijblijvend contact op met Rob van Dijck;

### Rob van Dijck



 [rob@museamarketing.nl](mailto:rob@museamarketing.nl)

 0031 – (0)6 – 22 72 37 36

 [www.museamarketing.nl](http://www.museamarketing.nl)



Marketingstrategie | SEO en SEA |  
Google Grants | Google Ads  
TikTok | Instagram | Facebook | LinkedIn  
Virtuele Tours | Social media beheer