

KPI'S 2025 – TUSSENSTAND

GLOBAL TUSSENTIJD RESULTAAT ONDERWERP KPI

4 tot 8 geplaatst + LinkedIn
Minimaal 7
T/m juli: 7 scholen gespeeld (11 dagen, 28 groepen),
25/26: 5 gepland, 70 interesse | niet België en BO leads
1 gereed, op schema: resultaat + kosten veel lager dan
verwachting
1 gereed, op schema

Nu groei bereik +42%, groei abonnees +600%
Op Skills the Finals niet geteld, niet gehaald, wel de
aandachtstrekker

Sinds 8 maart ca 675 deelnemers escaperoom
Nu 8.000.000 nav youtube | 970.000 nav TikTok Krikel cs |
cijfers LinkedIn enz volgen
Wordt nog opgevraagd

Vanuit YouTube 430 hits en vanuit TikTok 33.000 hits op
landingspagina
Zeer populair. Nadenken over meting beoordeling VR
Wordt meegenomen in enquêteformulier door Fama
Royaal boven target. Deel heeft 8x gekeken
Wordt enquête (in mailing september) door EDG

Operationele kpi's

1. Web social SEA 4 content items per maand
2. Beurzen 12 beursbezoeken vanuit PUTP
3. Escape room 50 scholen die hebben deelgenomen
4. Campagne 2 Campagne flights gerealiseerd.
5. Lespakketten 2 Lespakket campagnes afgerond

Kwantitatieve kpi's

6. Web social SEA 15% groei van alle digitale kpi's voor ongoing activiteiten
7. Beurzen 100 VR kijkers per beursdag.
8. Escape room 1.500 leerlingen kwalitatief beïnvloed
9. Campagne 8.000.000 impressies in de doelgroep
10. Lespakketten Aantal jaarlijkse downloads gelijk gebleven: 283

Kwalitatieve kpi's

11. Web social SEA TikTok kwartaal verbetering van 7% op engagement
12. Beurzen Beoordeling van 7.5+ voor VR video op fun en inhoud.
13. Escape room 0-1 meting 20% groei van leerlingen geeft interesse in energiesector aan.
14. Campagne 27% + uitkijkratio op influencer lancering video
15. Lespakketten 7+ tevredenheidsscore lespakket bij onderzoek

