



# One Broke Girl

## Financiële contentmaker

Contentmaker over geld: besparen, beleggen, boodschappen, budgetteren, geld verdienen en energie

## Over One Broke Girl

Geld heeft voor Iris Newman van One Broke Girl **geen geheimen**. Maar in haar omgeving zag ze dat veel vrouwen worstelen met ingewikkelde geldzaken.

Daarom startte ze in 2017 met One Broke Girl, waar ze met haar blogs al snel een schare **trouwe volgers** aan zich wist te binden.

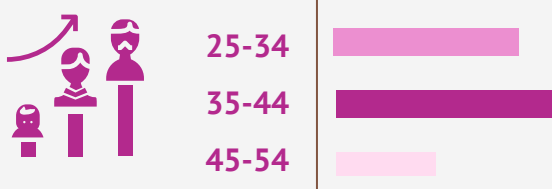
Ondertussen groeide One Broke Girl uit tot een **platform** met niet alleen blogs, maar ook een podcast, video's en sterke social media content om goed met geld te worden.

## Publiek

### Geslacht



### Leeftijd



**210K**

Totaal  
volgers

**100K**

Gemiddeld  
bereik

**1,5%**

Gemiddelde  
engagement



samenwerken@onebrokegirl.nl



# Dirk Supermarkt

Structurele samenwerking met Dirk voor zowel stories als short-form video content op het gebied van boodschappen.

De insteek van de video's worden samen uitgedacht om de juiste doelen en het juiste publiek te bereiken.



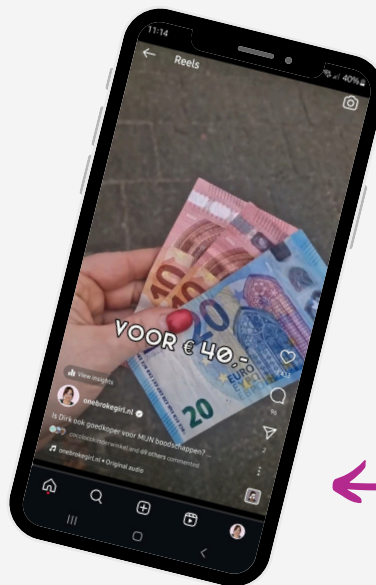
## Tiktok

483.000 views  
12.700 likes  
476 comments  
513 saves



## Instagram

628.000 views  
3.031 likes  
583 comments  
162 saves



## Instagram

224.000k views  
1.433 likes  
96 comments  
255 saves



## Tiktok

364.000 views  
11.000 likes  
102 comments  
730 saves

# brand new DAY

## Brand New Day

One Broke Girl werkte tot en met 2023 samen met beleggingsplatform Brand New Day met als doel om het merk als fijne plek voor **passieve fondsbeleggers** neer te zetten.

Op een **laagdrempelige en leuke manier** leggen we uit hoe beleggen werkt, hoe je jouw pensioen zelf kunt regelen en hoe het ook alweer zit met die risico's van beleggen.



Check jouw pensioen  
jaarruimte video

1,7 miljoen views op 3  
platformen

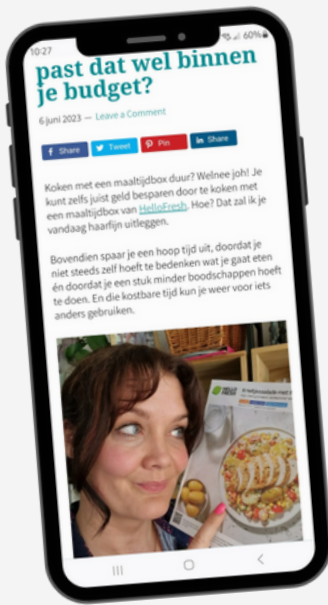
Meerdere blogs ranken hoog  
in Google met duizenden  
lezers per maand





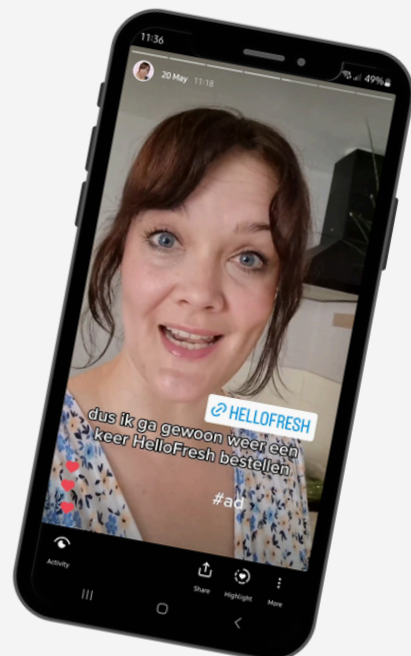
# HelloFresh

Met HelloFresh haal je de heerlijkste maaltijdbox in huis waarmee lekker en gezond koken een eitje wordt. In deze samenwerking werd ook een **flinke korting** gegeven aan zowel oude als nieuwe klanten van HelloFresh.



HelloFresh maakte gebruik van het **standaard pakket** bij One Broke Girl, waarbij er op een organische manier 3 contentvormen worden gecombineerd:

- 1 short-form video op Instagram en Tiktok
- 1 story reeks (3 slides) op Instagram
- 1 blog



# Instagram

@onebrokegirl.nl

82K  
volgers

80K  
views op feed

1,5%  
engagement

13K  
views op stories



## Geslacht

♀ 91.2%  
Vrouw

♂ 8.7%  
Man

## Leeftijd



25-34

24.9%

35-44

28.3%

45-54

22.6%

## MOGELIJKHEDEN

Reels

Story reeks (3 slides)



samenwerken@onebrokegirl.nl

# TikTok

@onebrokegirl.nl

83K  
volgers

50K  
views gemiddeld

2,0%  
engagement



## Geslacht

♀ 69%  
Vrouw

♂ 31%  
Man

## Leeftijd



18-24

29,7%

25-34

36,6%

35-44

14,9%

35-44

## MOGELIJKHEDEN

Short-form video

# Facebook

@OneBrokeGirlNL

44K  
volgers

20K  
views op feed

2%  
engagement



## Geslacht

♀ 87%  
Vrouw

♂ 13%  
Man

## Leeftijd



25-34

19.8%

35-44

25.0%

45-54

25.4%

## MOGELIJKHEDEN

Reels

Full-length video

# Blog

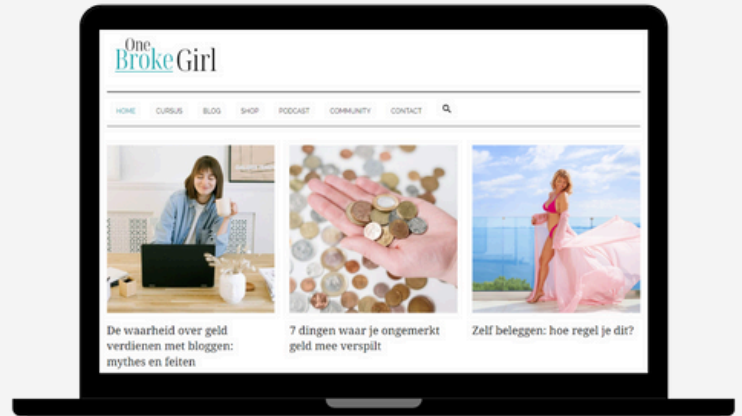
[www.onebrokegirl.nl](http://www.onebrokegirl.nl)

**35K**  
lezers/mnd

**69,3K**  
pageviews/mnd

**2:30**  
tijd op site

**1,5K**  
pageviews/art.  
in 1e week



## MOGELIJKHEDEN

Blog Post



**Too Good To Go bij Lidl**  
28.238 page views  
4:56 leestijd

**Gratis op jouw verjaardag**  
10.000 page views  
05:57 leestijd





# YouTube

3.900  
abonnees

1K  
views gemiddeld

# OneBrokeGirlNL



## OPTIES

Dedicated YouTube video

Product placement

# Nieuwsbrief

3.800  
abonnees

78%  
open rate

20.4%  
click rate

## OPTIES

Nieuwsbrief vermelding

