



Top van
HOLLAND

Kunst, cultuur en vertier tussen
Noordzee, Wad en IJsselmeer



Van VVV naar REGIO MARKETING

PRESENTATIE OFS R&T

Marlies Groot
8 oktober 2013



+ een vroeg OUD en NIEUW

van een faillissement naar een nieuwe toeristische marketing
organisatie



De huidige VWV

- 12 maart 2013 faillissement aangevraagd
- Werken aan doorstart
- Zekerheid tot eind van het jaar met resterende subsidies gemeenten
- Per 13 april 2013 met 4 vestigingen weer operationeel
- Per 20 april 2013 met 5 en week later met 6 vestigingen: Schagen, Callantsoog, Petten, Julianadorp, Den Oever en Den Helder (Willemsoord)
- Website is gedurende het faillissementstraject in de lucht gebleven en alleen de boekingsmogelijkheid is verwijderd



VVV TOP van Holland

- Onder Stichting Top van Holland als 2e poot naast Citymarketing
- Met gebruik van VVV licentie + backoffice Schouwborg de Kampanje
- Kerntaken: (1) informatieverstrekking en (2) promotie van de regio
- Geen projecten die de kerntaken verwateren
- 13 mensen in dienst (allen parttime), 12 van de oude organisatie en 1 nieuwe medewerker



Een nieuwe benadering van onze rol

- 2013 is overgangsjaar
- 'Info gids 2013' uitgebracht en verspreid
- Nieuwe website (medio augustus live)
- Mobiele site (oktober)
- Werken aan 'Mijn VVV' app + app-maker
- Koppeling met NDTRC de landelijke VVV database
- Ondersteunen lokale en regionale activiteiten met social media



Home - Hart van Noord-Holland

http://www.vvvnordzeekust.nl/

Meest bezocht Aan de slag Laatste nieuws Apple Yahoo! YouTube Wikipedia Nieuws Populair Bladwijzers

VVV DE REGIO OVERNACHTEN GROEPEN ZIEN, DOEN & BELEVEN ETEN & DRINKEN THEMA'S ZAKELIJK SHOPPEN

Vandaag 17° Morgen 23° Wind 3 zw A+ A+

VVV AANBEVOLEN RECENT TOEGEVOEGD BESTE WAARDERING MIJN VVV DIRECT CONTACT ZOEKEN

Home > Volgende pagina > Volgende pagina 02 > Volgende pagina 03

KAART

Den Helder Den Oever Jellandorp Hippolytshoef Wieringerwerf Schagen Middermeer Wieringerhulzen Noord-Holland

Noordzee IJsselmeer

Ontdek meer

ADVERTORIAL

I.Tour

Tours van Wieringen op je mobiel

DIRECT NAAR

- Hotels & Pensions
- Groepsuitjes
- Attraties
- Restaurants
- Routes
- VVV Winkels

BEZOEK DE STEDEN

Bekijk de zonsondergang in Den Helder

NIEUWS

Nieuwsbericht 1
Ait amet, con sedetetur adipi scing elit perent esq...

Nieuwsbericht 2
Ait amet, con sedetetur adipi scing elit perent esq...

Altijd het laatste nieuws ontvangen?

EMAIL ADRES

MIJN VVV

Ontdek de Mijn VVV app

CULINAIR

De gehele maand september ontvangt u in

ADVERTORIAL

Zeeverse Vismarkt Wieringen

VVV SHOP

Bezoek onze shop

EVENEMENTEN

Kermis Schagen

TWITTER

"De kinderen hebben zich dankzij de vele tips op http://tinurl.com/345673.nl geen moment verveeld."

Dit project wordt mede gefinancierd door het Europees Visserijfonds

"Europees Visserijfonds"

GEMEENTE Schagen

SITEMAP DISCLAIMER HELP AFDRUKKEN CONTACT FAQ VVV ADRESSEN PRIVACY ALGEMENE VOORWAARDEN COLOFON

COPYRIGHT © 2011 VVV. ALLE RECHTEN VOORBEHOUDEN.



Belangrijk naar de toekomst toe

- Bedrijfsleven weer aan boord krijgen
- Nieuwe BCF afspraken voor 2014 met de 3 gemeenten: Schagen, Hollands Kroon, Den Helder
- In nieuw informatiecentrum Den Helder op Willemsoord (juni 2013)
- Nadruk op vermarkten en promoten bedrijven en evenementen
- Efficiënt managen & synergie zoeken



2014 en verder



Top van
HOLLAND

Kunst, cultuur en vertier tussen
Noordzee, Wad en IJsselmeer



+ Vergeet de VVV oude stijl

Wees pragmatisch:

- Wat heeft de regio nodig?
- Wat hebben bezoekers, bewoners en bedrijfsleven nodig?

Hoe kunnen we dat het beste doen?

- Vanuit professionalisme
- Vanuit kennis van de lokale en regionale dynamiek



Destinatie marketing



De marketing van een regio

Is het vaststellen van de DNA & merkwaarden (lokaal en regionaal)

Is het kennen van de lokale 'dragers' van die merkwaarden

Is het ontwikkelen van een onderscheidende merkstrategie

Is het online en offline positioneren en communiceren van die merk-meer-waarden

Is het op passende wijze lokaal versterken van de merk-identiteiten



City marketing
Regio marketing
People marketing
Cultuur marketing
Destination marketing

Het gaat om een

- Passende
- Integrale
- Langdurige

Manier van

- Denken
- Werken
- Doen



Glasgow
Scotland with style™

Brighton

I gouda

you®otterdam



GEMEENTE
Schagen

een omgeving
waarin stad, strand
en platteland zich
verenigen

DESTINATIE MARKETING

Is inspireren / redenen geven

GAST / BEZOEKER

- Om belangstelling te krijgen
- Om bereid te zijn
- Om actie te nemen
- Om terug te komen
- Om ambassadeur te worden

+

BEDRIJFSLEVEN / OVERHEDEN / PARTNERS

- Om te investeren
- Om allianties te vormen
- Om samen op te trekken
- Om krachtiger te profileren
- Om succesvol te zijn
- Om succesvol te blijven





En de VVV-kantoren?

Zijn er niet meer
stand alone



- Met een gemiddelde besteding van €0,15 per bezoeker kan een VVV-kantoor niet uit. Kosten medewerkers zijn niet commercieel terug te verdienen.
- Informatie verstrekking en advies wordt op prijs gesteld (..).
- Grootste omzet is in cadeaubonnen.
- Toe naar:
 - mijnVVV.nl app.
 - Welcome Winkels i.c.m. gemeente, kunstuitleen, Wereldwinkel, museum, streekmarkt, boekhandel, AH etc.
 - i-corners bij bedrijfsleven
 - merchandising- en info diensten t.b.v. bedrijfsleven
 - gastheerschap promoten d.m.v. hostesses en trainingen



‘Drivers’ gastvrijheidsindustrie 2025

■ VRAAG

Mensen betalen voor kwaliteitsmomenten, niet voor accommodaties

Consument wil (informatie)behoefte direct bevredigd zien

Consument wil aanbod op maat

Gasten ruilen, handelen en regelen onderling

Vervaging tussen recreatie en arbeid (en wonen, zorg, sport, ...)

■ OMGEVING

Investerings nemen af

Collectiviteit staat onder druk, individualisering neemt toe

Tekort aan vakbekwaam technisch personeel

Vervaging tussen stad en streek

■ AANBOD

De markt is niet meer te sturen door (grote) aanbieders

Branchevervaging zet door

Concurrentie om het belevings-gevoel van de consument

Overaanbod

Verdere opkomst van internationale eigenaren

■ PROCES

Het zoek- en boekgedrag is fundamenteel veranderd

De rol van de aanbieder of intermediaire organisatie staat ter discussie

Nieuwe digitale mogelijkheden

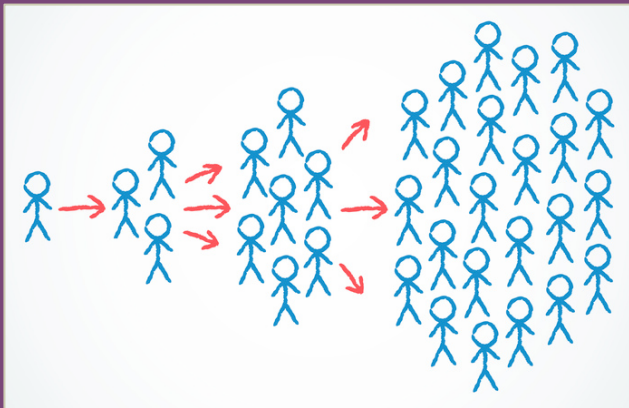
Slechte ontsluiting van informatie remt de meerwaarde van big data

Slag om de klantgegevens: wie is eigenaar van de klant



2014

Marketing plan



- Afbouwen 'stand alone vestigingen'
- Callantsoog voorbeeld-vestiging
- Geen beurzen, geen infozuilen, geen accommodatiegids
- Geen projecten die kerntaak verwateren
- Wel 'lokaal denken', 'regionaal acteren'
- Wel apps, SEO-SEA, online marketing
- Wel inspirerende MOOD Magazines (voorjaar – najaar)
- Wel Facebook campagnes met gratis verblijven als prijzen
- Wel guerrilla marketing
- Wel tv en radio programma sponsoring

+ Partnership pakketten 2014

- Partners krijgen eigen inlog en eigen 'omgeving'

- **PLUS**
Uitgebreide vermelding op de site en in zoekfaciliteiten
tekst in resultaat en detail
NAW gegevens
actieve link e-mail
actieve link naar website
- Vermelding in drukwerk
neerleggen folders
VVV NL app
mobiele website
- € 125,- per jaar

- **PREMIUM**

Zoals PLUS met extra:

Ranking boven PLUS

5 foto's in detail

Volledige korte tekst in resultaat

Social media ondersteuning

Beste waardering op website

- € 300,- (= € 125,- PLUS en € 175,-)

- Op maat gemaakte vermelding



Afspraken 2014 gemeenten Top van Holland

■ Identiteitsversterking

- agri – energie & water – leisure
- ruimte voor rust
- kwaliteit – duurzaamheid
- sfeer - imago

■ Gebiedspromotie

- versterking lokale economie
- rol in De Kop Werkt
- cultuur(historie), erfgoed en musea
- maritiem & watersport

■ Vernieuwing

- nieuwe vormen van dag- en verblijfsrecreatie
- zorg & wellness
- nieuwe allianties
- city hospitality (Gastvrije Kop)

■ Route ontwikkeling & marketing

- fiets – voet – kano – boot – paard
- route app en routedrukwerk
- route- en objectbewegwijzering
- verbinding kust-platteland-stad



Op weg naar een krachtig destinatie-management

te beginnen
in de Top van Holland