

Bijlage 4 Programma van Eisen

1. De Opdrachtnemer ontwikkelt een marketingplan (incl. streekmerk) voor West-Zeeuws-Vlaanderen als toeristische bestemming.
2. De Opdrachtnemer voert de promotie vanuit het streekmerk Visit/Bezoek West-Zeeuws-Vlaanderen. Vanuit de belofte We Zien Je Hier Graag wordt lading en inhoud gegeven aan gastheerschap en de ambassadeursrol van inwoners, ondernemers en bezoekers (intrinsieke motivatie).
3. De Opdrachtnemer beheert, onderhoudt en verspreidt jaarrond toeristische informatie over de regio West-Zeeuws-Vlaanderen via online en offline (fysieke) kanalen.
4. De Opdrachtnemer beheert, onderhoudt en optimaliseert het toeristisch platform (website) voor de regio West-Zeeuws-Vlaanderen: www.gastvrijzeeuwsvlaanderen.nl
5. De Opdrachtnemer breidt de mogelijkheden uit om vanaf de toeristische website conversie te realiseren richting ondernemers en organisaties zodat boekingen in de regio gemaakt kunnen worden.
6. De Opdrachtnemer beheert, onderhoudt en optimaliseert de toeristische sociale media kanalen voor de regio West-Zeeuws-Vlaanderen.
7. De Opdrachtnemer coördineert en geeft uitvoering aan het gastheerschap op basis van het Uitvoeringsplan Doorontwikkeling Gastheerschapsnetwerk van de Zwinstreek.
8. De Opdrachtnemer geeft invulling aan ambassadeurschap door inwoners en bezoekers en voert dit uit.
9. De Opdrachtnemer onderhoudt actief contacten met ondernemers en ondernemersverenigingen in de gemeente Sluis op het gebied van toeristische promotie en gastheerschap.
10. Ondernemers zijn op verschillende manieren direct of indirect betrokken bij de promotie van onze regio.
11. Ondernemers dragen op hun beurt zowel direct als indirect bij aan de streekpromotie, middels:
 - a. Actieve bijdrage aan persbewerking via product sponsoring die georganiseerd wordt vanuit de Opdrachtnemer. De directe kosten ten behoeve van persbewerking (inkoop via mediabureaus, kosten voor het ontvangen van journalisten) worden gematcht door bijdragen van ondernemers via product sponsoring. De Opdrachtnemer maakt bij de verantwoording van deze prestatieafspraken inzichtelijk op welke wijze ondernemers hebben bijgedragen.
 - b. Inzet van eigen budget en middelen waarbij naast promotie van de eigen onderneming ook in de basis bijgedragen wordt aan promotie van de regio. Vice versa werkt de regiomarketeer vanuit de Opdrachtnemer ten dienste van alle ondernemers en zet in op het eenduidig uitdragen van de regio, ook in eigen promotionele uitingen.
12. De Opdrachtnemer onderhoudt actief contacten met non-profit organisaties als culturele instellingen, musea en erfgoed in de gemeente Sluis en betreft hen in en bij de promotie van de regio en ondersteunt hen bij de uitoefening van het gastheerschap.
13. De Opdrachtnemer neemt initiatieven en activiteiten vanuit deze organisaties regelmatig mee in de promotie via sociale media.
14. Het opleidingstraject tot gastheer of -vrouw van de Zwinstreek is ontwikkeld door IVN Natuureducatie. De Opdrachtnemer stelt een coördinator Gastheerschap aan die hier verder uitvoering aan geeft.

15. De Opdrachtnemer faciliteert de verspreiding van content voor deze organisaties t.b.v. online en offline kanalen. De Opdrachtnemer bepaalt hiervoor de kaders om de kwaliteit te bewaken.
16. De Opdrachtnemer neemt deze organisaties mee in uitgaven (drukwerk) van de Opdrachtnemer (activiteiten en attracties).
17. De Opdrachtnemer biedt ruimte aan deze organisaties voor betaalde advertising.
18. Non-profit organisaties mogen een beroep doen op de marketing expertise vanuit de Opdrachtnemer.
19. De opdrachtnemer draagt het intellectueel eigendom over aan de gemeente Sluis van alle geproduceerde uitingen.
20. Na afloop van de contractperiode draagt de opdrachtnemer het netwerk van de Gastheren van de Zwinstreek over aan de gemeente Sluis.