

Opdrachtomschrijving Promotie Beleef Westfriesland

Inleiding

Regiomarketing is een vorm van marketing die zich richt op het promoten van een specifieke regio, in dit geval: Westfriesland. Het doel is om deze regio aantrekkelijker te positioneren voor bezoekers, inwoners en (toeristische) bedrijven. Het gaat hierbij om uitvoering geven aan het promotieplan Westfriesland met een strategische visie voor vier jaar en een uitvoeringsprogramma voor elk jaar, voor de periode van medio 2025 tot en met 2028.

Er zijn binnen de regio al veel zelfstandige initiatieven op het gebied van marketing, maar het ontbreekt aan een gedeelde visie. Met als doel, samen sterker worden en een eenduidig(er) profiel naar buiten neer te zetten.

Onze doelstelling is daarom om toeristen te trekken, werkgelegenheid te behouden/vergroten en om ondernemerskrachten te bundelen, maar ook om de trotsheid van bewoners te koesteren. Het gaat om datgene wat inhoudelijk uitgedragen wordt, ingevuld vanuit beleid en visie.

Basis voor informeren (potentiële) bezoekers

Als je de potentiële bezoeker, bewoner of ondernemer wilt prikkelen of verleiden om naar je stad of regio te komen, zal de boodschap een goede balans moeten hebben tussen een oprecht en authentiek verhaal en de nodige verleidkundige aspecten.

Met regiomarketing kan ervoor gezorgd worden dat de juiste informatie over stad of regio op de juiste plek voor de juiste doelgroep wordt aangeboden.

Vanuit de zeven gemeenten zien wij de volgende aspecten als vertrekpunt voor de regiomarketing:

Het **vertrekpunt** voor de regiomarketing kent **twee motieven**:

- Het bevorderen van de samenwerking tussen overheid, bedrijfsleven en promotieorganisaties, waardoor de promotie naar een hoger niveau kan worden getild.
- Het inspelen op de kernwaarden van de regio Westfriesland: historie, water & rust.

De **ambities** van de regiomarketing zijn meerledig:

- Het aantrekken van meer bezoekers naar de regio Westfriesland;
- Het stimuleren van langer verblijf (meerdaags verblijf);
- Het stimuleren van duurzaam toerisme (herhaalbezoeken) aan de regio Westfriesland;

De **effecten** van de regiomarketing:

- Het ontwikkelen van de werkgelegenheid in de toeristisch-recreatieve branche;
- Het stimuleren van de economische ontwikkeling van de regio Westfriesland;
- Meer bestedingen in de regio.

De **strategie** wordt vertaald naar drie kerntaken:

1. Verleiden; ontwikkelen en beheren van promotieconcepten; ontwikkelen en uitvoeren van promotieactiviteiten, ondersteunen van toeristisch-recreatieve projecten en evenementen op het gebied van promotie en marketing, het onderhouden en genereren van perscontacten.
2. Verenigen; het aangaan van samenwerkingen met overheid, (toeristisch) bedrijfsleven, instellingen en (boven)regionale marketingorganisaties.
3. Verbinden; het stimuleren van samenwerking om te komen tot nieuwe product-markt-combinaties en vernieuwende dag- en meerdaagse regionale arrangementen.

Doelstellingen

Op volgorde van belangrijkheid.

Doelstelling 1. Versterken van het imago en het versterken van de positionering van de regio Westfriesland als een unieke en gastvrije regio.

De opdracht bestaat uit:

1. het op innovatieve en effectieve wijze marketingstrategieën te ontwikkelen;
2. het implementeren van marketingstrategieën die aansluiten op het promotieplan Beleef Westfriesland en het uitvoeren van marketingcampagnes;
3. het bereiken van de doelgroepen uit het promotieplan Beleef Westfriesland in relatie tot regiomarketing;
4. het inventariseren van het huidige aanbod in de regio en het benadrukken van de positieve kenmerken hiervan en het stimuleren van nieuw aanbod, die aansluiten op het promotieplan Beleef Westfriesland.

Doelstelling 2. Vervullen van de online gastheerschapsfunctie, waarbij samenwerking, promotie en doorontwikkeling van www.beleefwestfriesland.nl met Event Connectors (ontwikkelaar website) belangrijk is.

De opdracht bestaat uit:

1. het doorontwikkelen van het digitaal platform 'Beleef Westfriesland' in samenwerking met Event Connectors (ontwikkelaar website) waarop het aanbod bezienswaardigheden en attracties te vinden is in de Nederlandse, Engelse en Duitse taal;
2. het ontwikkelen en uitvoeren van een sociale media strategie.

Doelstelling 3: Blijvend bouwen aan een effectief partnerschap tussen en met ondernemers, en participatie van inwoners en bezoekers bevorderen.

De opdracht bestaat uit:

1. het genereren en beheren van een (actueel) CRM-databestand met toeristische ondernemers voor de regio Westfriesland;
2. het betrekken van de lokale toeristische ondernemers (groot en klein) en inwoners in de regio bij de regiomarketingactiviteiten en het daarmee het versterken van het imago (door gastvrije beleving etc.);
3. het komen tot interactie met inwoners waarbij deze groep wordt aangezet om ambassadeurs van de regio te worden;
4. het stimuleren van samenwerking op het gebied van marketing tussen verschillende stakeholders, waaronder gemeenten, ondernemers, culturele instellingen en maatschappelijke organisaties.

Doelstelling 4: Signaleren en uitwerken van trends en ontwikkelingen.

De opdracht bestaat uit:

1. het onderhouden van een (boven)regionaal netwerk gericht op toerisme en specifieke belangrijke sectoren (zoals o.a. NBTC, riviercruisevaart, gidsen, Vereniging van Vestingsteden, Nautische sector, etc.). Doel is om op de hoogte te zijn van de laatste ontwikkelingen en deze ontwikkelingen op te nemen in de uitvoeringsagenda;
2. het opzetten van een (bestuurlijke) 'lobby' voor meer aandacht voor de toeristische regio Westfriesland binnen de provincie Noord-Holland;
3. het maken van een koppeling met Gemeenschappelijke Regeling Recreatieschap Westfriesland;
4. het zorgen voor synergie met lokale gemeentelijke marketing activiteiten (Marketing Organisaties zoals VVV).

Technisch Programma van Eisen

Algemeen

- Nummer 1 Opdrachtnemer levert uiterlijk in oktober 2025 een strategisch visiedocument op voor de toeristische promotie van Beleef Westfriesland + uitvoeringsprogramma voor de periode medio 2025 tot en met 2028, waarbij voor elk jaar een apart specifiek uitvoeringsplan nader wordt uitgewerkt voor de regio Westfriesland. Hierin staat in ieder geval opgenomen: beschrijving van de doelgroepen, te ontwikkelen campagnemiddelen met opslag en wijze van verspreiding, werkwijze, planning en begroting en meetbare elementen (deze worden samen met de opdrachtnemer bepaald). Een uitvloeisel van het visiedocument is het jaarlijks opstellen van een uitvoeringsplan.
- Nummer 2 Opdrachtnemer voert het jaarlijks (elk jaar in februari) gemaakte en goedgekeurde uitvoeringsplan uit volgens de afgesproken werkwijze.
- Nummer 3 Opdrachtnemer verzorgt de opmaak van alle uitingen, volgens de huisstijlrichtlijnen en opmaakinstructies van de actuele huisstijl van de regio Westfriesland voor de toeristische promotie van Beleef Westfriesland (zie bijlage Huisstijlhandboek Regio Westfriesland 2024).
- Nummer 4 Opdrachtnemer zorgt ervoor dat de te ontwikkelen creatieve concepten voor de toeristische marketing van Beleef Westfriesland, qua inhoud en presentatie niet strijdig zijn met de communicatieve vertaling van de gezamenlijke positionering van Pact van Westfriesland (zie ook <https://regiowestfriesland.nl/over-het-pact/>)
- Nummer 5 Opdrachtnemer beschikt over actuele kennis en expertise en verwacht inbreng (on)gevraagd op het gebied van toeristische marketing. Daarbij is kennis van de huidige ontwikkelingen en trends in het vakgebied van (online) marketing en communicatie van belang.
- Nummer 6 De door de Opdrachtnemer ingezette medewerkers beheersen de Nederlandse taal in woord en geschrift. Beheersing van de talen Engels en Duits zijn een pre.

Dienstverlening

- Nummer 7 Opdrachtnemer is bereikbaar tijdens nader te bepalen momenten met Opdrachtgever.
- Nummer 8 Proefversies van documenten zoals plattegronden, flyers en magazines worden gemaakt in PDF-vorm en worden per mail verstuurd voor reactie en goedkeuring aan de beleidsgroep Toerisme van de zeven samenwerkende gemeenten.

Rapportage

Nummer 9

Opdrachtnemer werkt samen met Opdrachtgever de opzet uit voor een kwartaalupdate en de jaarlijkse rapportage. Dit is onderdeel van het jaarlijkse uitvoeringsplan.

De rapportage bevat de meetbare elementen van activiteiten en werkzaamheden uitgevoerd voor de toeristische marketing:

- in welke mate de doelstellingen van de (online) promotie inzet en (uitgevoerde) activiteiten behaald zijn;
- uitingen, aantal plaatsingen en resultaten van (online) media en promotie-inzet (aantal volgers, aantal kliks, aantal bezoekers, e.d.)

Analyse en advies van het (online)mediagebruik en promotie inzet en legt daarmee een direct verband met de specifiek afgesproken doelstellingen, die in het jaarlijkse uitvoeringsplan zijn opgenomen. De rapportage wordt gebruikt om de activiteiten en werkzaamheden te evalueren. Indien nodig kunnen activiteiten aangepast worden. De rapportage dient aan het einde van ieder jaar te worden opgeleverd.

Bijlagen:

Regionaal:

- Promotieplan Beleef Westfriesland
- Communicatierichtlijnen Regio Westfriesland – maart 2025¹
- Communicatiestrategie Regio Westfriesland 2025²
- Huisstijlhandboek Regio Westfriesland 2024
- Pact van Westfriesland: <https://regiowestfriesland.nl/over-het-pact/vrij-tijd/>
- Strategische Merkanalyse Regio Westfriesland (eind mei 2025 beschikbaar)

Lokaal:

- Toeristische visie Enkhuizen ‘Welkom in Enkhuizen’
- Strategische Merkanalyse Hoorn (2022)
- Meerjarenplan Marketing van Hoorn 2025-2027
- Strategie Toeristische Marketing gemeente Medemblik 2021-2025
- Strategische Merkanalyse Hoorn (eind mei 2025 beschikbaar)

¹ Gelden voor de communicatie vanuit de Regio Westfriesland naar professionele relaties en partners (zowel intern als extern). In de toekomst worden deze aangepast/aangevuld met communicatie naar inwoners.

² Idem.