



Bijlage 1 Programma van Eisen

Algemeen

1. Opdrachtnemer levert uiterlijk in januari 2026 een strategisch marketingplan op voor de bestemmingsmarketing van Visit Kop van Holland voor de jaren 2026 tot en met 2028. Een uitvloeisel van het strategisch marketingplan is het jaarlijks opstellen van een concreet uitvoeringsplan. Beide stukken worden opgesteld en afgestemd met de ambtelijke begeleidingsgroep.
2. Opdrachtnemer voert het jaarlijks (elk jaar in december) gemaakte en goedgekeurde uitvoeringsplan uit volgens de afgesproken werkwijze.
3. Opdrachtnemer verzorgt de opmaak van alle uitingen, volgens de huisstijlrichtlijnen en opmaakinstructies van de actuele huisstijl van de Kop van Noord-Holland voor de toeristische promotie van Visit de Kop van Holland. Een toolkit hiervoor is te vinden op: www.visitkopvanholland.nl.
4. Opdrachtnemer beschikt over actuele kennis en expertise en Opdrachtgever verwacht inbreng 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.
5. De door de Opdrachtnemer ingezette medewerkers beheersen de Nederlandse taal in woord en geschrift. Beheersing van de talen Engels en Duits zijn een pre.
6. Gedurende de looptijd van de overeenkomst dient er één contactpersoon aangewezen te worden door Opdrachtnemer indien deze contactpersoon vervangen wordt dient dit in overleg te gaan met Opdrachtgever.

Dienstverlening

7. Opdrachtnemer is bereikbaar op kantoordagen tijdens kantooruren die door Opdrachtgever worden gehanteerd.
8. Proefversies van documenten zoals plattegronden, flyers, magazines en campagnes worden gemaakt in PDF-vorm en worden per mail verstuurd voor reactie en



Bijlage 1 Programma van Eisen

goedkeuring aan de ambtelijke begeleidingsgroep van de vier samenwerkende gemeenten.

Rapportage

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