

# Meervoudige dilemma's in gebiedsmarketing



14-12-2012

Jacques Vork

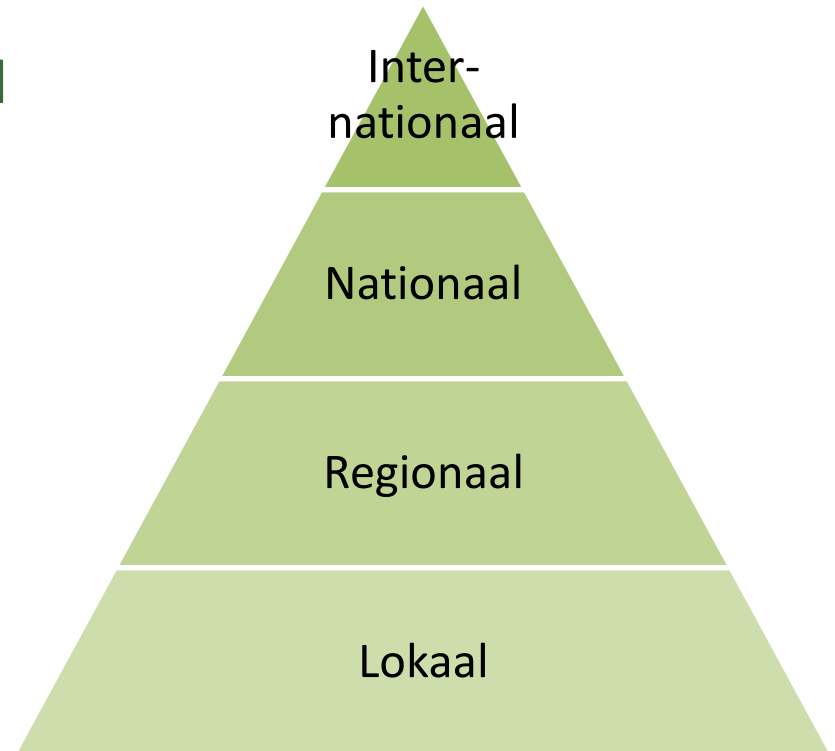
# Jacques Vork



# Wel/geen regiomarketing?

## Bepalende factoren:

1. De afstand
2. Herkenbaar toeristisch gebied
3. Bestuurlijke eenheid
4. Beschikbare middelen
5. Draagvlak:
  - trekker
  - afstand tot de basis
  - interne marketing



# Wat is het ideale ontwerp voor gebiedsmarketing?

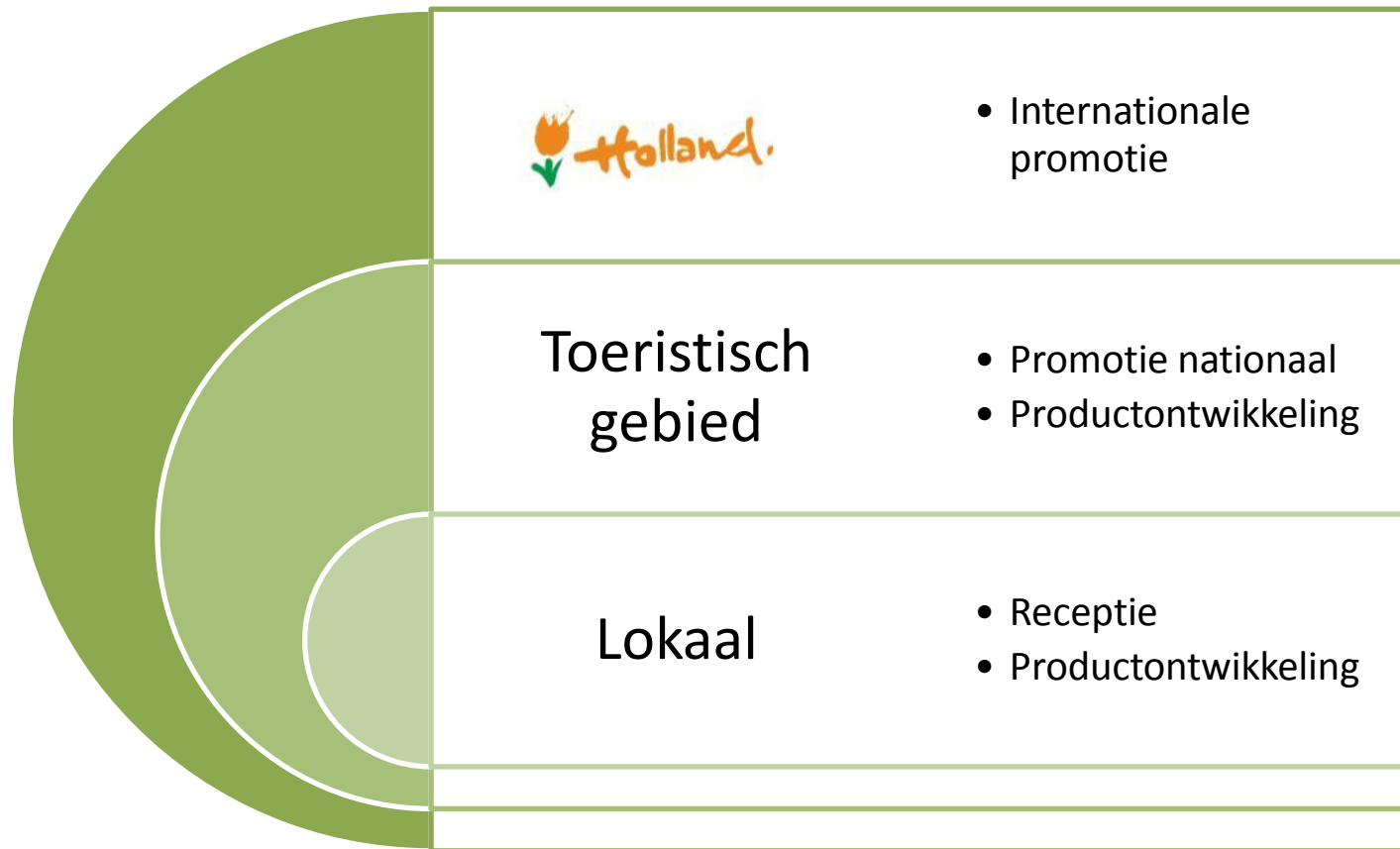
## Sterk verankerde lokale organisatie = de basis

- Lokale trekker
  - enthousiast
  - kent het gebied en de spelers
  - vertrouwen
  - bundelt partijen
- Activiteiten
  - productontwikkeling: arrangementen, evenementen
  - receptie functie

# Geïntegreerde aanpak

- “Bottom up”
- Bundeling van krachten, mensen en middelen op lokaal niveau
  - Informeren en binden
  - Productontwikkeling
  - Receptiefunctie
- Eén kleine, professionele organisatie op regionaal niveau
  - Ontwikkeling en beheer website + web redactie
  - Promotie en Pers/PR op nationaal niveau
  - Productontwikkeling
  - **Gedragen en gefinancierd door lokale organisaties**

# Wat is het ideale ontwerp voor gebiedsmarketing?



# Hoe koppel je systemen?

- Lokaal aanbod herkenbaar binnen regionale promotie
- Regionale promotie herkenbaar binnen nationale promotie
- Participatieformules voor bedrijven en overheden
- Koppeling internet:  
lokaal – regionaal – nationaal  
een maal invoeren → overal zichtbaar

# Ontwikkeling gebiedsmarketing

Economische ontwikkeling:



Doelgroepen:



Instrumentarium:



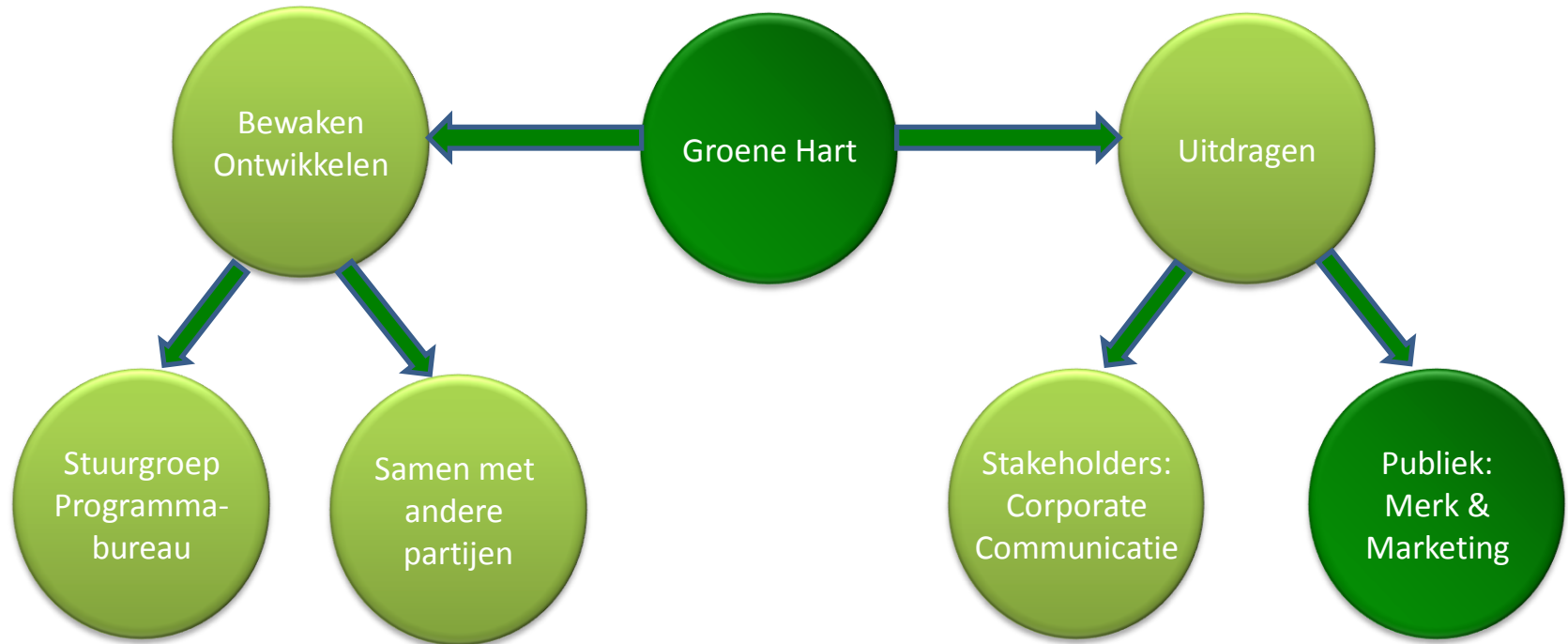


# Een sterk merk

'Be Good'

and

'Tell it'



*Groene Hart*

# Gebiedsmarketing werkt!

## Samen sterk

*Jacques Vork*