

Jaarplan Toeristische Marketing 2023



Nieuwe kansen en mogelijkheden in 2023 voor Medemblik, Rijk aan Verhalen

I Inleiding

Voor u ligt het “Jaarplan Toeristische Marketing 2023”. Dit stuk werd opgesteld door de coördinator Toeristische Marketing in samenwerking met het Toeristisch Platform Medemblik. Dit jaarplan is een uitwerking van de Economische Uitvoeringsagenda Medemblik 2020-2024 (hierna EUM) en de in opdracht van de gemeente opgestelde “Strategie toeristische marketing gemeente Medemblik 2021 – 2025”.

In de EUM is aangegeven dat de vrijetijdseconomie - waar toerisme onder valt - een belangrijk onderdeel is van de lokale economie. Het draagt bij aan de doelstelling ‘toename van bestedingen voor behoud en verbeteren voorzieningen’. De kernwaarden, doelstellingen, doelgroepen en positionering zijn overgenomen uit deze stukken. In de uitvoering gaat het om HOE wij de bezoekers verleiden om een bezoek aan Medemblik te brengen en het tijdens hun verblijf zo aangenaam mogelijk te maken. En HOE verbinden we ondernemers en stakeholders met elkaar om Medemblik als een merk met een professionele eenduidige uitstraling op de kaart zetten.

Positionering toeristisch Medemblik

Een historische kern, direct gelegen aan het IJsselmeer, omgeven door een typisch Hollands, landelijk gebied; dat is Medemblik. De kern Medemblik - de oudste stad van Westfriesland - is levendig, kleinschalig en authentiek, met een rijk (cultuur)historisch verleden. De ligging aan het IJsselmeer maakt de stad uniek en het is een ideale uitvalsbasis voor watersport gerelateerde activiteiten op alle niveaus. Het landelijke gebied van Medemblik is ideaal voor een wandeling, fietstocht of een tocht met een (fluister)boot langs historische dorpen.

Toeristische Kernwaarden

Kernwaarden helpen om de positionering onderscheidend te laten zijn. Dit laatste is weer van belang om de gemeente aantrekkelijk en onderscheidend te kunnen positioneren ten opzichte van andere gemeenten en naar de doelgroepen. De voorgestelde (toeristische) kernwaarden voor de gemeente Medemblik zijn gebaseerd op de input van de stakeholders: **cultuurhistorie, authenticiteit en water(sport)**.

Doelgroepen

Bezoekers aan Medemblik zijn gericht op ontspanning en gezelligheid. Dit zijn mensen die in alle rust een dorpje of stadje bekijken, een museum of kasteel bezoeken en van de natuur en cultuur willen genieten. Daarnaast is er een sterke focus op de watersporters. Zowel de sportieve, avontuurlijke watersporters als ook de rustigere watersporters die rustig varen en/of vissen. De campings en vakantieparken die wat groter zijn trekken bovendien ook meer gezelligheidszoekers aan, die graag met een groter gezelschap op stap gaan en op het park zelf vermaak en vertier zoeken. Het zijn toeristen die geen hoge eisen stellen aan accommodaties en faciliteiten.

- Bezoekers uit de regio West-Friesland (inclusief de eigen inwoners)
- Bezoekers uit de provincie Noord-Holland;
- Bezoekers uit Nederland

- Internationale bezoeker. Bezoekers van de dichtbij markten België en Duitsland.

De marketingactiviteiten voor deze doelgroepen richten zich met name op de **gezinnen met kinderen** (algemeen aanbod), **de 55 plussers** (wandelen en fietsen) en de **water- (sport)liefhebbers** (wedstrijd plus recreatief). **Internationale bezoekers** komen hoofdzakelijk uit Duitsland en/of zijn toeristen die aan de Noordzeekust verblijven. De havens ontvangen (wedstrijd)zeilers uit de hele wereld.

II Doelstellingen uitvoering toeristische marketing 2023

Vanuit de Strategie Toeristische Marketing gemeente Medemblik 2021-2025 zijn een aantal hoofddoelstellingen vastgesteld welke jaarlijks terugkomen en worden geëvalueerd. Het betreffen de volgende hoofddoelen:

- Het vergroten van de naamsbekendheid van Medemblik (stad en landelijk gebied), zodat nieuwe bezoekers de weg naar de gemeente Medemblik weten te vinden;
- Bezoekers die al in de gemeente zijn: gastvrij ontvangen en de weg wijzen, zodat ze meer geld besteden en graag nog eens terug willen komen;
- Het lokaal sterk maken van het aanbod zodat we regionaal en bovenregionaal aantrekkelijk zijn en zodat ons aanbod makkelijk kan worden meegenomen.

Vergroten naamsbekendheid van Medemblik

Sinds de start van de toeristische marketing van de gemeente Medemblik is het vergroten van de naamsbekendheid één van de hoofddoelstellingen. Door bezoekersaantallen te meten werd een groei geconstateerd van het aantal bezoekers in Medemblik. In 2022 werd voor het eerst gekeken naar een meetbaar doel voor het vergroten van het aantal websitebezoekers op [visitmedemblik.nl](https://www.visitmedemblik.nl). Ondanks dat er in het begin van 2022 nog sprake was van een algehele lockdown in verband met Covid-19 werd dit doel ruimschoots gehaald.

Ook voor 2023 is het streven het aantal websitebezoekers opnieuw flink te laten stijgen doormiddel van onlinemarketing en een strategie op de sociale media. Op deze manier kan aangetoond worden dat de inspanningen op het gebied van toeristische marketing haar vruchten afwerpt.

Website

Sinds 2021 wordt het aantal websitebezoeken van unieke gebruikers gemeten. Het aantal gebruikers laat een mooie groei zien waar ook in 2023 opnieuw de nodige inspanningen voor gedaan worden. Het aantal unieke websitebezoekers ziet er als volgt uit:

2020: 33.155 bezoekers

2021: 45.949 bezoekers

2022: 63.653 bezoekers

NB: naast het aantal 'unieke websitebezoeken' worden meer interessante metingen verricht. Bijvoorbeeld hoe lang men op bepaalde pagina's kijkt. Welke

pagina's het meest populair zijn. Vanaf welke locaties gekeken wordt en waar de bezoeker de link naar Medemblik heeft gelegd. Al deze informatie zorgt ervoor dat onze marketing steeds specifieker gericht kan worden op de juiste doelgroepen. Voor het 'meten' van de resultaten in Google Analytics 2023 ligt er wel, ook een uitdaging. Vanwege nieuwe wet- en regelgeving is er minder specifieke informatie beschikbaar.

Ook in 2023 worden de nodige inspanningen gedaan om de website van www.visitmedemblik.nl online te promoten. Het doel hierbij is om Medemblik dit jaar bij meer dan 65.000 bezoekers onder de aandacht te brengen.

De website visitmedemblik.nl is toe aan vernieuwing. In april 2023 is duidelijk geworden dat het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord (ONHN) met ingang van 1 januari 2024 geen nieuwe plusopdracht voor de HbA zal aanvaarden. Het gevolg is onder andere dat de regio mogelijk op zoek moet naar een nieuw digitaal platform. ONHN adviseert ons hierin in haar overdrachtsdossier. In 2023 ligt in dit jaarplan daarom de focus vooral op het behoud van de website, de zoekresultaten via de zoekmachine Google en het updaten of vernieuwen van de techniek van de website. Om dit slim en strategisch te doen, is een samenwerking gezocht met onze collega marketeers in Westfriesland.

Campagne Medemblik Rijk aan Verhalen

Zoals hierboven beschreven, in 2023 willen we het aantal unieke websitebezoekers, ondanks de nodige uitdagingen laten groeien naar meer dan 65.000 unieke bezoekers. Om dit te bewerkstelligen gaan we opnieuw de bestaande communicatiemiddelen inzetten. Zij vormen nu ca. 5 jaar een herkenbaar en krachtig beeldmerk: 'Medemblik Rijk aan Verhalen'. Dit merk wordt ook in 2023 opnieuw ingezet en biedt nog voldoende inspiratie om onze doelgroepen met een bezoek aan Medemblik te verleiden.

"De promotiecampagne "Medemblik is Rijk aan verhalen" heeft als doel het creëren van een professionele, unieke en eenduidige uitstraling richting de potentiële bezoekers. Deze herkennen Medemblik als aantrekkelijk gebied met passend aanbod. De campagne creëert bovendien draagvlak en ambassadeurschap onder de ondernemers en stakeholders."

Onder de vlag 'Medemblik Rijk aan Verhalen' worden verschillende activiteiten ingezet. Dit gebeurt zowel online als offline. Vaak zijn de verhalen van Medemblik hierbij de uitgangspunt. Dit jaar is er gekozen voor het maken van 2 nieuwe verhalen.

De verhalen van Medemblik sluiten aan bij de eerder genoemde kernwaarden en inspireren de bezoeker om op verkenning te gaan. Voor 2023 zijn de volgende verhalen gemaakt:

- **Medemblik Rijk aan Perfecte plaat(s)jes** waarin onze verschillende huisfotografen vertellen over hun dorp en/ of favoriete plek in Medemblik om te fotograferen of te verblijven.
- **Medemblik Rijk aan Viswater** over de vele vismogelijkheden in onze gemeente. Een markt die eerder in de verhalen nog niet werd aangeboord, maar een zeer populaire bezigheid laat zien van onze bezoekers.

De verhalen zijn versterkt met passend beeld en gepubliceerd in het toeristisch magazine. Ze worden op de website visitmedemblik.nl en sociale media geplaatst en krijgen een eigen plek op ons online magazine: <https://visitmedemblik.publicize.nl/>

Online creëren naamsbekendheid Medemblik

Om online aandacht te genereren voor Medemblik is het belangrijk dat ons platform, www.visitmedemblik.nl goed onderhouden blijft. Met de verhalen in de hand heeft de toeristisch coördinator aansluiting gezocht bij verschillende lokale, regionale en landelijke initiatieven om aan te haken. Veelal vindt de marketing- en promotie tegenwoordig online plaats. De online omgeving www.visitmedemblik.nl heeft als doel inspireren en informeren van (potentiële) bezoekers.

In 2022 lag de focus op de inhoud van de website. Aanpassingen in bestaande content werden uitgevoerd en nieuwe, frisse content geplaatst. Het streven voor 2023 is dezelfde look & feel te behouden met in de backoffice van de website een vernieuwd systeem dat voldoet aan de huidige standaarden, aan de juiste techniek en beveiligingscertificaten en aan de eisen op het gebied van digitale toegankelijkheid.

SEO en SEA

Seo en Sea-activiteiten en campagnes verhogen de vindbaarheid op zoekmachines als 'Google' en 'Bing' en zijn nodig om de juiste bezoekers naar de site te brengen. In 2019 werd een goede start gemaakt met het inrichten van de online omgeving van Visit Medemblik. In 2022 is een scan uitgevoerd op de SEO activiteiten van visitmedemblik.nl waarbij de website erg goed uit de bus komt. Met het oog op een eventueel nieuw te maken website, worden in 2023 geen extra SEO inspanningen gedaan, de basis is goed. Het streven is de goede zoekresultaten, opgebouwd in de afgelopen jaren te behouden.

De SEA campagnes zoals deze in 2022 zijn ingesteld worden tot halverwege 2023 doorgezet met een minimaal budget om de potentiële bezoekers te verleiden naar onze website te komen. Op deze manier blijft Medemblik zichtbaar en vindbaar.

Social Media

Visit Medemblik is actief op Facebook en Instagram. In mei 2023 tellen de accounts op Facebook @visitmedemblik: 3736 volgers en op Instagram @VisitMedemblik: 1594 volgers. Hiermee is direct in 2023 al een stijging van het aantal volgers gerealiseerd. Uiteraard wordt door het maken van steeds actuele content gezocht naar nieuwe manieren om zoveel mogelijk mensen te bereiken. Het aangaan van interactie met onze bezoekers op social media en het creëren van ambassadeurs uit onze eigen gemeente vormen de basis van groei in 2023.

Veelal worden de berichten op de sociale media van Visit Medemblik kosteloos geplaatst (organisch). Ook in 2023 worden een aantal evenementen ondersteund met een betaalde promotie. Op deze manier wordt gepoogd meer bezoekers te verleiden tot een bezoek aan Medemblik.

In 2023 willen wij in ieder geval betaalde campagnes uitzetten op Facebook en Instagram voor de volgende activiteiten:

- Kom Aanwaaien; promotionele aansluiting en ondersteuning van Stichting Evenementen Medemblik.
- Kom Aanwaaien; ontdek de 8 geheimen van Medemblik.
- Kom Aanwaaien; korte filmpjes over Medemblik.

- Rijk aan Verhalen; winactie photoboats
- Rijk aan Verhalen; aansluiting in oktober bij de promotionele activiteiten 'Slag op de Zuiderzee'.
- Rijk aan Verhalen; najaar aansluiting bij promotionele activiteiten Gouden Nacht.
- Rijk aan Verhalen; najaar/ winter promotionele aansluiting bij Dickensmarkt, Bokkentoer en Lichtjesavond

Linkbuilding & online adverteren

In 2022 werd onderzocht bij hoeveel ondernemers Visitmedemblik gedeeld wordt op de website. Dit zijn maar liefst 418 domeinen, een goede score! Tevens is in 2022 onderzocht op welke platformen Medemblik meer onder de aandacht gebracht kan worden. Trustpilot is hier een voorbeeld van en een account op Google My Business is aangemaakt. Deze accounts worden in 2023 verder geanalyseerd en gekeken wordt welke kansen hier verder liggen.

Op het platform Dagjeweg.nl draait in 2023 de Voorjaarscampagne, Kom Aanwaaien in Rust en Ruimte in Medemblik.

Gastvrij ontvangen van onze bezoekers.

Bezoekers die al in de gemeente zijn willen wij graag gastvrij ontvangen en de weg wijzen, zodat zij meer geld besteden, maar vooral graag nog eens terugkomen.

In 2022 is het Toeristen Informatiepunt in Medemblik (TIM) van start gegaan. Het Toeristen Informatiepunt Medemblik is een initiatief van één van onze enthousiaste ondernemers uit onze gemeente, waarbij samenwerking is gezocht met andere ondernemers. In dezelfde, eenduidige uitstraling zijn ook Lodge61 en de Stadshavens Medemblik aangesloten om de toerist van zoveel mogelijk informatie te voorzien op herkenbare punten. In 2023 wordt ook de Jachthaven Andijk aangesloten op deze uitstraling om de herkenbaarheid over de kernen te spreiden. Met name het maken van keuzes aan de hand van dataonderzoek onder de toeristen die bij de informatiepunten langskomen, is zeer waardevol. Immers, als je weet waar de vraag van je bezoeker ligt, kun je hier op anticiperen en bijvoorbeeld de website (prominenter) voorzien van deze informatie

Het afgelopen jaar is er een goede samenwerking ontstaan tussen het TIM, de coördinator toeristische marketing en het Toeristisch Platform Medemblik. Bij de uitvoering van dit jaarplan werken we samen met het TIM op het gebied van het ontwikkelen promotiematerialen, zoals fietsroutes, en het verspreiden van promotiemateriaal onder de bezoekers.

Magazine

Het toeristisch Magazine Rijk aan Verhalen is het magazine voor alle (regio) bezoekers en toeristen aan de gemeente Medemblik. Het doel is om de lezer te inspireren en informeren over de stad Medemblik en het landelijk gebied met haar 17 dorpskernen. Het magazine verwijst naar de website en andere drukwerken zoals de Stadswandeling en de Vis/Vaar-kaart voor meer informatie.

Producten / Drukwerk

- Stadsplattegrond
- Vis/vaar folder (herdruk 2022)
- Wandelroute door centrum Medemblik
- Ontwikkeling themafietsroute(s) in 2022

Vlaggen

De grotere toeristische locaties hebben een Medemblik vlag bij de entree hangen. Deze locaties in 2022 van nieuwe vlag voorzien en eventueel locaties uitbreiden.

Pers en publicaties

De gekozen doelgroep waardeert, ondanks het digitale tijdperk, de huis-aan-huisbladen en de advertenties die erin staan. Offline adverteren doen wij in de regionale huis- en huis bladen en toeristische uitgaves zoals de Recreatiekrant. Het doel is de lezer te attenderen op een dag bezoek aan Medemblik (fietsen, evenement, gezellig stadje met diverse musea).

In het voor- en eventueel najaar wordt gekozen voor een billboardcampagne in Amsterdam, waarbij Medemblik langs alle toeristische doorgangsroutes getoond wordt aan de Amsterdamse toerist.

Beeldbank

De beeldbank beschikt sinds 2019 over eigentijdse beelden die Medemblik vangen. Jaarlijks wordt de beeldbank met missende/gewenste beelden aangevuld zodat we verfrissend en verrassend in onze uitingen blijven. In 2022 is de beeldbank aangevuld met nieuwe foto's welke voor dit jaar voldoende nieuwe inspiratie geven.

Free publicity

In 2019 is gestart met een database van Medemblik fans. 2x per jaar krijgen deze fans een nieuwsbrief met Medemblik waarbij de lezer wordt geïnformeerd over al het leuks en acties in Medemblik. Bezoeken van de website wordt hiermee gestimuleerd. Minimaal 2x per jaar wordt een persbericht verstuurd. Het aantal Medemblik fans ligt op het moment van schrijven op 1439 contacten, waarvan 287 ondernemers actief zijn. In 2022 wordt een start gemaakt met het opschonen van de database, het werven van nieuwe fans blijft uiteraard doorgaan en de huidige fans wordt gevraagd naar hen interessegebieden, zodat je

gerichter acties uit kunt voeren. Omdat het opschonen ook wat fans laat verdwijnen, is het streven het aantal fans naar de 1500 te brengen, inclusief de ondernemers. Een kleine groei, maar wel met een meer kwalitatieve, gerichtere database als eindresultaat.

Influencer events

Een influencer/ blogger is iemand met een grote aanwezigheid op social media, met een publiek dat veel interesse (likes) heeft in zijn of haar ervaringen. Travelbloggers bezoeken een speciaal gebied, schrijven hun ervaringen op (blogs) en verspreiden deze op hun eigen kanalen en de social media kanalen van Visit Medemblik. De ervaring van de afgelopen jaren heeft ons geleerd dat er, door goed alert te zijn en gericht te zoeken, veel influencers bereid zijn mee te werken aan leuke content en informatie over Medemblik. Dit gebeurt in de meeste gevallen kosteloos.

Holland boven Amsterdam

Medemblik zocht afgelopen jaren verbinding met destijds marketingorganisatie Holland Boven Amsterdam voor het bereik van de Duitse en Belgische gasten die van natuur, water, rust en ruimte houden. Ten tijde van het schrijven van dit jaarplan is bekend geworden dat het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord geen nieuwe opdracht wil aanvaarden om in de destinationmarketing in de toekomst verder te organiseren.

Hier ligt een grote uitdaging voor ons dit jaar. Welke stappen gaan wij zetten om Medemblik en onze regio te blijven promoten bij potentiële buitenlandse gasten? In 2023 worden door de gemeente Medemblik, de toeristisch coördinator en worden vanuit de samenwerkingsverbanden met Westfriesland, Alkmaar en de kop van Noord-Holland gekeken naar alle mogelijke oplossingen, uitdagingen en kansen om ons gebied te kunnen blijven promoten.

Beurzen

De afgelopen jaren stond Medemblik in samenwerking met Holland boven Amsterdam op beurzen zoals de Vakantiebeurs en Fiets- en Wandelbeurs. In 2022 werd een gezamenlijke Westfrieze beursstand opgezet voor de 50+ beurs. In 2023 wordt opnieuw gezocht naar mogelijkheden om aanwezig te zijn bij (grote) evenementen en beurzen om zo aandacht voor ons gebied te vragen.

Kennis- en netwerkbijeenkomsten - Data en kennisoverdracht

Bijeenkomsten waar ondernemers en stakeholders elkaar ontmoeten en in gesprek gaan, werden de afgelopen jaren zeer gewaardeerd. Dergelijke bijeenkomsten hebben als primair doel: kennis uitwisselen, draagvlak en ambassadeurs creëren en het aanjagen van samenwerken. De bijeenkomsten worden meestal 2 a 3 keer per jaar georganiseerd. In april 2023 vond dit jaar de toeristische aftrap op Camping Dijk en Meer in Andijk plaats.

Goeie initiatievenpotje

De campagne Rijk aan verhalen en de werkzaamheden worden steeds meer omarmt en ondernemers zien de meerwaarde. Er wordt budget gereserveerd voor goeie initiatieven van ondernemers welke dan vanuit toeristische marketing wordt ondersteund.

Overig

Onvoorziene projecten en kansen.

III Coördinator toeristische marketing

De uitvoering van dit jaarplan is in 2023 de hoofdtaak van de coördinator. Waar het gaat om toeristische marketing, is de coördinator het eerste aanspreekpunt voor lokale ondernemers, marketing- en toeristische organisaties in West-Friesland, Holland boven Amsterdam en de gemeentelijke organisatie.