Agendaverzoek beeldvorming raadscommissie

(N.B. *Aan de informatieverstrekking en de informatie-uitwisseling worden geen besluitvormende of bindende uitspraken door de raad/raadsleden ontleend.)*

Raadscommissie Bestuur
Middelen en Economie
14 januari 2025

Nummer:
24.403

Indiener voorstel

Wethouder D.A. Grimbergen

Onderwerp

Visie op marketing.

Aanleiding/toelichting

In lijn met onze ambitie om Lelystad sterker te positioneren, vinden wij het essentieel om de raad actief te betrekken bij het proces om tot een marketingvisie te komen. Daarbij willen we hen graag meenemen in de samenhang van alles wat er tot nu toe is opgeleverd, vanaf het moment dat het merkkompas door de raad is teruggegeven aan het college. Dit sluit aan bij de opdracht vanuit de raad om de aantrekkelijkheid van Lelystad beter zichtbaar te maken. Zoals treffend is gesteld: "Als we aantrekkelijk willen zijn voor nieuwe inwoners, ondernemers en bezoekers, zullen we die aantrekkelijkheid nog meer zichtbaar moeten maken. En daar profiteren ook onze inwoners van."
De uitvoering van citymarketing speelt hierin een cruciale rol. Het is essentieel om met een gerichte en professionele aanpak de zichtbaarheid van Lelystad te vergroten en een blijvend onderscheidend profiel te ontwikkelen. Het doel van het kwartier maken is dan ook het leggen van een solide basis voor de implementatie, uitvoering en borging van een professionele marketingstrategie, in nauwe samenwerking met interne en externe stakeholders. Dit stelt Lelystad in staat om voort te bouwen aan de uitvoering van citymarketing, met een focus op het behalen van de korte- en middellange termijn doelen die voortkomen uit de gemeentelijke opgaven.

Het afgelopen jaar hebben we succesvol gewerkt aan de ontwikkeling van het mediaplatform. Dat was een waardevolle stap, maar er is meer nodig om onze ambities te realiseren. De basis hiervoor ligt in het opstellen van een integrale marketingvisie die zowel intern (werkprocessen) als extern (inhoudelijke focus) richting biedt. Deze visie wordt nu ontwikkeld.

We willen benadrukken dat we niet opnieuw het wiel gaan uitvinden, omdat er al veel waardevolle stukken liggen. Ons uitgangspunt is dat het grootste gedeelte van de inhoud ophalen uit de bestaande stukken die er al zijn, de rest zullen we gebruiken om te verfijnen en te toetsen. Door deze aanpak bouwen we voort op het werk dat al is gedaan, waarborgen we consistentie en zorgen we ervoor dat de visie aansluit bij eerdere inspanningen. Hierbij zullen we de raad betrekken om een gezamenlijke koers te bepalen en de verbinding te maken met eerdere stappen en resultaten, zodat de samenhang in het proces helder blijft.

Doel van de bespreking

Het doel van de sessie is om de raad mee te nemen in de voortgang en samenhang van de ontwikkelingen rond marketing. We willen samen een duidelijke koers bepalen en feedback ophalen om ervoor te zorgen dat de marketingvisie aansluit bij eerdere resultaten en breed gedragen wordt.

Wie zijn er uitgenodigd aanwezig te zijn?

Raadsleden en fractieassistenten

Verder zijn aanwezig: Shahied Badoella (concernstrateeg), Esther Brasser (kwartiermaker citymarketing), Cheryl Kuik (teamleider MCB), Frank Roos en/of Jan Hendrik van Dalen (ontwikkelaars van de marketingvisie).

Wat is de gewenste werkvorm?

Door middel van een powerpoint presentatie presenteren wij het proces en samenhang van het concept voor de marketingvisie aan de raadsleden.

Wat is het vervolgproces?

Nadat de raad op hoogte is gebracht en zij hier vragen over hebben kunnen stellen, wordt het concept definitief gemaakt en aangeleverd ter besluitvorming aan het directieteam, college en raad.

Bijlage(n):

Presentatie visie op marketing