WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN
WE ZIEN JE HIER GRAAG

Stichting Gastvrij Zeeuws-Vlaanderen

Plan 2023

--- CONCEPT---

Streekpromotie & Gastheerschap
Gemeente Sluis

30 september 2022

Stichting Gastvrij Zeeuws-Vlaanderen
hallo@bezoekwestzeeuwsvlaanderen.nl
06-55348203

Inhoud

1. Intro 3
2. Strategie 3
3. Doelstelling 3
4. Middelen 5
4.1. Social media 5
4.2. Online adverteren 5
4.3. Communicatie regionaal 5
4.4. Website 6
4.5. Persbewerking 6
4.6. Productontwikkeling 6
4.7. Fotografie en videografie 6
4.8. Samenwerking 6
4.9. Ambassadeurschap 7
5. Overig 7
6. Gastheerschap van de Zwinstreek 7

1. Intro

Voor je ligt het eerste aanzet voor de uitvoering van de toeristische streekpromotie en het gastheerschap in de regio West Zeeuws-Vlaanderen door Stichting Gastvrij Zeeuws-Vlaanderen (SGZV) in 2023.

In dit document wordt op hoofdlijnen de activiteiten voor 2023 neergezet waarbij we met name een doorontwikkeling voor ogen hebben voor hetgeen we in 2022 hebben gerealiseerd.

Het daadwerkelijke werkplan wordt opgesteld aan de hand van gesprekken met de gemeente. Ook wordt gekeken naar de resultaten uit het onderzoek van het HZ Kenniscentrum Kusttoerisme naar de ondernemersbijdrage aan regiopromotie. Deelnemers kunnen via het onderzoek namelijk hun ‘visie’ op en wensen ten aanzien van streekpromotie aangeven.

2. Strategie

In samenwerking met Diederick Janssens van Janssens today is in 2021 de marketingstrategie en de koers voor regiobranding ontwikkeld. De marketingstrategie is al in bezit van Gemeente Sluis.

Voor het houden van focus, het bepalen en uitvoeren van de doelstellingen voor 2023 is periodiek overleg en aanvullende begeleiding en advies gewenst. Daarnaast bereidt SGZV in het voorjaar van 2023 een meerjarenplan in. Ook hiervoor doen we een beroep op begeleiding en advies vanuit Janssens today.

3. Doelstelling

De doelstellingen zijn een directe doorvertaling van de belangen van SGZV zoals omschreven op pagina 14 van bijlage I - Marketingstrategie.

Wat willen we bereiken?

De algemene doelstelling van SGZV is het verbeteren van de vrijetijdseconomie (VTE) in combinatie met een verbetering van het draagvlak bij de eigen inwoners. Lokale betrokkenheid is de basis voor het behoud van toerisme. De lokale inwoners vertegenwoordigen bovendien een groot economisch potentieel: ze zijn hier alle seizoenen.

Op basis van bovenstaande komen we tot de volgende subdoelstellingen.

- Gecoördineerde campagnes
  - 885 communicatie-uitingen (artikelen, posts, advertenties).
  - 17 miljoen bereik (lezers/kijkers) in eigen gemeente, Zeeland, Zwinstreek, NL, BE, DE en LX.
  - 30 journalisten/influencers ontvangen.

- Mediawaarde
  - 300.000 euro mediawaarde (free publicity)
  - 30.000 euro bespaard door uitwisseling in natura.
  - Informatievoorziening via gastheren.

- Samenwerkingen
  - Samenwerkingen initiëren tussen bedrijven en organisaties in de regio.

- Eenheid
  - Presentatie geven tijdens de ALV van de ondernemersverenigingen in West Zeeuws-Vlaanderen.

- Steun voor non-profit
  - > 250.000 bereik genereren voor musea, verenigingen of gastvrije burgerinitiatieven, waarvoor zij niet hoeven te betalen.

- Zelfbewuste regio
  - Opzet nieuwe gastheerschapscursus i.s.m. natuurorganisatie IVN.
  - 150 actieve gastheren in de Zwinstreek eind 2023.

- Eén aanspreekpunt
  - Ondernemers en non-profit organisaties gaan bij SGZV te rade als het gaat om toerisme en marketing-gerelateerde vraagstukken.
  - SGZV is dagelijks aanspreekbaar; informatie is goed opvraagbaar.
  - SGZV heeft zitting in de volgende overlegorganen: gemeente, Zwinstreek, Zeeuwse Marketing Organisatie, Gemeentelijk Toeristisch Overlegplatform (GTO).

Lokaal draagvlak en betrokkenheid

Doelstellingen met betrekking tot lokaal draagvlak en betrokkenheid worden pas bepaald nadat onderzoek is uitgevoerd (zie paragraaf 2.3.).

4. Middelen

Om onze doelstellingen te bereiken, zetten we een evenwichtige mix van meerdere mediatypen in.

1. Social media
2. Adverteren online
3. Communicatie regionaal
4. Website
5. Persbewerking
6. Productontwikkeling
7. Fotografie en videografie
8. Samenwerking
9. Ambassadeurschap

4.1. Social media

Wat we in najaar 2022 zijn opgestart zetten we door en leggen een aantal accenten.

- Gebruik van social media management tool.
- Onderzoek naar live gastheerschap.
- Groeien qua aantal volgers en bereik in België en Duitsland door uitbesteding.

4.2. Online adverteren

Afhankelijk van het doel wat we voor ogen hebben, gaan we op zoek naar een passend medium en laten ons daarbij adviseren door de persbureaus waarmee we samenwerken.

4.3. Communicatie regionaal

- 6x per jaar ZVA (i.p.v. 12x)
- Signing: bushaltes en fotolijst in landschap



4.4. Website

- Evenementenkalender
    a. functionaliteiten verbeteren/uitbreiden
    b. grensoverschrijdende events toevoegen
- Beschikbaarheid en/of samenwerking allyourz
- Routeyou
- Uitbreiding content t.b.v. social media en social sharing
- Uitbreiding content o.g.v. FAQ's (steden en dorpen)

4.5. Persbewerking

De resultaten uit de tussenrapportage laten zien dat persbewerking enorm bijdraagt aan de naamsbekendheid van de regio. In 2023 willen we hier dan ook zeker mee doorgaan. Echter, om niet telkens dezelfde ondernemers om sponsoring te vragen, dient gekeken te worden hoe we hier anders mee om kunnen gaan. Gedacht wordt aan het werken aan de hand van een vast thema per jaar.

- Themajaar
- Clippings abonnement

4.6. Productontwikkeling

In 2023 worden door SGZV diverse toeristische producten ontwikkeld.

- Fietskaart
- Wandelkaart
- Toeristische krant: afhankelijk van behoefte vanuit Terneuzen en Hulst
- Gewassenroutes i.s.m. FOODREGIO WZVL

4.7. Fotografie en videografie

Gezien de veranderingen in de streek is het up to date houden van onze beeldbank een must. Daarnaast is goed beeldmateriaal ook noodzakelijk in het geval we gaan werken mt en themajaar.

4.8. Samenwerking

De samenwerking met onderstaand partijen wordt indien mogelijk en relevant doorontwikkeld dan wel geïntensiveerd. Zo wenst SGZV in februari / maart 2023 een toeristische ontmoetingsdag te organiseren die in het teken staat van kennisoverdracht, verbinding en samenwerking.

- Ondernemersverenigingen
- Vereniging Erfgoed West-Zeeuws-Vlaanderen
- FOODREGIO WZV
- Grotere (keten) supermarkten en logies
- Zwinstreek
- Zeeuwse Marketing Organisatie

4.9. Ambassadeurschap

Uitvoering van het plan zoals in najaar 2022 opgesteld.

5. Overig

- Onderzoek naar toeristisch vervoer
- Incentiveprogramma (?)

6. Gastheerschap van de Zwinstreek

SGZV is verantwoordelijk voor de (door)ontwikkeling van het gastheerschapsnetwerk van de Zwinstreek. De uitvoering gebeurt aan de hand van het door de gemeente Sluis opgestelde uitvoeringsplan.

Nieuw t.o.v. 2022

- Periodieke nieuwsbrief naar de gastheren en -vrouwen uit het netwerk.
- Opening TIP's
- Content op de website uitbreiden