Marketingplan Cultuur Campagne

maart- september 2023

Petra van der Plas
Noordwijk Marketing

Marketingplan Cultuur 2023

1.1 Cultuurbeleid

Missie vanuit Cultuurnota 2022-2025

Iedereen doet mee.

- Kunst en cultuur in de kern en in de buurt.
- Samenwerking en vernieuwing.

Van zee tot bollenveld.

- Keuze voor kwaliteit in relatie tot toerisme en Kuuroord.
- Het héle verhaal van Noordwijk.
- Versterken van de onderlinge samenwerking (binnen en buiten de kernen).

Visie

Het positioneren van Noordwijk als een culturele gemeente.
Oftewel: Noordwijk een zee aan cultuur.

1.2 Inleiding

Vanuit diverse partijen in de cultuursector is aangegeven dat zij voor het nazomerprogrammering gezamenlijk een groter (landelijk) publiek willen aanspreken en samen willen optrekken met informeren en activeren van diverse netwerken om een grotere landelijke naamsbekendheid te realiseren.
Bij Noordwijk Marketing is de vraagstelling neergelegd om hierbij te ondersteunen door een integraal marketingplan voor een promotiecampagne op te zetten.

1.3 Doelstellingen campagne

- Awareness: Noordwijk, een zee aan cultuur. Vergroten zichtbaarheid van nazomerprogrammering bij een groter landelijk publiek.
- Conversie: Meer publiek genereren voor de cultuursector in Noordwijk.
- Repeaters: Herhaalbezoeken aan Noordwijk.

1.4 Betrokken partijen bij campagne

Gemeente Noordwijk Kunst & Cultuur, organisaties die evenementen organiseren in de campagne periode, Noordwijk Marketing.

1.5 Doelgroep campagne

De doelgroepen waar Noordwijk Marketing zich tijdens deze campagne op zal richten zijn:

- Cultuurliefhebbers in de leeftijdscategorie 35-55 jaar, landelijk.
- Bewoners en bezoekers in de leeftijdscategorie 35-55 jaar, Noordwijk en regio Duin- en Bollenstreek.

1.6 Periode campagne

De campagne is opgebouwd uit viertal momenten en gaat van start in maart en loopt door tot en met eind september 2023.

Het cultuur programmering van maart tot en met september:

Biënnale	Route met 14 kunstwerken en randactiviteiten	21/3 t/m 21/8
Museum Noordwijk	Tentoonstelling Wijsmuller & Berkemeier	1/4 t/m 17/9
Helmus Wildeman	Concerten	juli t/m september
Muze	Diverse voorstellingen, zomer bioscoop, nazomer cultureel programma	maart t/m september
Stichting Fein	Cirque des Dunes	15/7 en 5/8
Stichting Fein	Levende beelden festival	23/7 en 20/8
Stichting Max Liebermann	Diverse activiteiten	juli t/m september
Zeep aan Zee	Het pad van Mercury	17/8 t/m 27/8
Kunstklank	Vaar wel …. en nu?	29/8 t/m 7/9
Opera aan Zee	Diverse concerten	3/9 en 4/9
Monumentendag		9/9
Cultuurmarkt		16/9 en 23/9

1.7 Beeldmerk Cultuur - Cultuurcampagne

- Voor de campagne en andere culturele evenementen het bestaand beeldmerk 'Een zee aan cultuur' gebruiken met een toevoeging van gebiedsaanduiding: ***Noordwijk,*** *een zee aan cultuur.*
- Aan beeldmerk zo mogelijk ook QR code toevoegen met verwijzing naar website Noordwijk.info – Uitagenda.
- Op website Noordwijk.info - Uitagenda worden alle culturele activiteiten aangeduid met het 'Noordwijk, een zee aan cultuur' logo.
- Aan toolkit van cultuurcampagne het beeldmerk en QR code toevoegen.



Let op: Deze voorbeelden zijn slechts ter illustratie. Het lettertype van 'Noordwijk' dient te worden afgestemd met één van de lettertypes in de tekst 'een zee aan cultuur'. Actie door Gemeente Noordwijk.

1.8 Plan van aanpak

De campagne bestaat uit een 4-tal elementen die verspreid over de campagne periode worden geïmplementeerd:

1. **Verbinden van publiek Biënnale aan Noordwijk een Zee aan Cultuur**

   Periode: maart '23

   Boodschap: Het publiek dat de Biënnale en randprogrammering bezoekt laten zien dat Noordwijk nog veel meer leuke culturele evenementen te bieden heeft. Terugkerende bezoekers.

   Middel: Op de homepagina van de Biënnale het beeldmerk 'Noordwijk, een zee aan cultuur' met QR code plaatsen. De QR code verwijst naar de Uit agenda op de website www.Noordwijk.info en geeft het hele oeuvre van het culturele aanbod in Noordwijk weer, inclusief link naar de sites van de cultuursector en informatie waar tickets te koop zijn. Bezoekers van de website kunnen hun emailadres achterlaten om op de hoogte te worden gehouden van (culturele) evenementen in Noordwijk.

2. Bereiken van nieuwe cultuurdoelgroepen

Periode: april ’23

Boodschap: Realiseren van meer zichtbaarheid, bekendheid en engagement met nieuwe cultuurdoelgroepen via de influencers. Het versterken van de identiteit van Noordwijk, een zee aan cultuur

Middel: Landelijke promotie door het uitnodigen van cultuurvloggers, cultuurjournalisten en/of cultuur Instagrammers, voor een Instameet. Zij worden geselecteerd op de juiste doelgroep volgers met hoge engagement en interactie. Het programma van de Instameet staat in het teken van cultuur in Noordwijk, bijvoorbeeld een aantal Biënnale kunstwerken, randprogrammering en/of een cultureel evenement. De foto’s tijdens zo’n Instameet zijn een kunst op zich en worden vervolgens gepost op de eigen Instagram accounts, met toevoeging van meerdere hashtags (onder andere: #noordwijkeenzeeaancultuur). Dit zorgt ervoor dat de gemaakte foto’s als één verzameling terug te zien zijn op Instagram. Hun positieve berichtgeving inspireert andere cultuurliefhebbers en zorgt dat meer cultuurliefhebbers naar Noordwijk komen.

3. Promotiecampagne aanbod Cultuur nazomer

Periode: mei ’23

Boodschap: De cultuursector in dezelfde periode de verkoop van de tickets voor de nazomerprogramma opstarten. Hiermee laten we zien hoe gevarieerd en veelzijdig het cultuuraanbod in Noordwijk is. Het beeldmerk Noordwijk, een zee aan cultuur wordt gebruikt als paraplu voor alle culturele evenementen.

Middel: Landelijke online en offline promotie. Online via Social Media en landelijke Google Ads. Offline A0 outdoor borden (cultuur borden gemeente Noordwijk) en persberichten in kranten en bladen, waarin we een winactie voor hun lezers aanbieden om het aantal publicaties te verhogen.

4. Pers- en influencers campagne

Periode: juli/augustus ’23

Boodschap: Het versterken bekendheid met het cultuuraanbod in Noordwijk. Enthousiasmeren om naar cultuurvoorstellingen te gaan.

Middel: Pers- en influencers strategie met communicatiemiddelen zoals persbericht naar lokale- en nationale pers, lifestyle pers, cultuur pers en bladen en platformen. Daarnaast uitnodigingen voor pers en influencers om mee te kijken achter de coulisse, sneak preview of bij start van de eerste voorstelling om al het mooie cultuuraanbod zelf te ervaren.

1.9 Financiën

Voor 2023 is navolgende financiering opgenomen in het jaarplan en zien de benodigde financiën er als volgt uit:

Campagne cultuur	12.000,- *
Personele inzet	7.000,-
Verkoop kaart via VVV's	1.000,-
Totaal	20.000,-

*** Kosten campagne cultuur gespecificeerd:**

Instameet Cultuur Biënnale	2.500,-
Social media boost	750,-
Google Ads campagne	750,-
Influencers campagne	5.000,-
Design en drukwerk **	3.000,-
Totaal	12.000,-

** Design en drukwerk zijn de A0 borden, posters en winactie.