

Evaluatie toeristische marketing 2018



Gemeente Medemblik

Toeristische Marketing

Inleiding

In 2018 is de koers voor toeristische marketing voor de gemeente Medemblik ingezet. Het aantrekken van meer bezoekers, die langer blijven en meer geld uitgeven was onderdeel van de opdracht voor de coördinator toeristische marketing en positionering. Er is hard gewerkt aan het lanceren van de toeristische website www.visitmedemblik.nl en aan de campagne “Rijk aan verhalen”. Het Toeristisch Platform Medemblik, ondernemers en gemeente hebben de schouders er onder gezet om de samenwerking in Medemblik, op Westfries niveau en daarbuiten verder vorm te geven. Dit alles met het doel om het toerisme naar Medemblik te bevorderen. Om er voor te zorgen dat ook bezoekers van buiten Noord-Holland of uit de landen om ons heen zoals België en Duitsland, bekend raken met ons gebied, is in 2018 samengewerkt met de toeristische marketingorganisatie “Holland boven Amsterdam” (HbA).

Doelgroepen

- ◆ Noord-Hollandse dagbezoekers – zowel toeristen als inwoners – binnen een straal van 50 kilometer rondom de gemeente Medemblik.
- ◆ Families/verblijfsrecreanten. Hieronder valt ook de specifiekere doelgroep waterrecreanten
- ◆ Actieve senioren. Hieronder vallen ook de fietser en de wandelaar.

Doelstellingen

In 2020 willen we 2,5% meer bezoekers naar Medemblik ten opzichte van 2015.

- ◆ 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 blijven bevorderen van samenwerking op lokaal, regionaal en bovenregionaal niveau.

Overzicht marketingactiviteiten

Welke activiteiten hebben we ingezet om in 2018 onze doelen te bereiken? Onderstaand overzicht is een weergave van de activiteiten.

Campagne Rijk aan verhalen

Met de campagne Rijk aan verhalen promoten we Medemblik. In 2018 hebben we samen met de ondernemers en de Centrumgroep de campagne Rijk aan verhalen meer zichtbaarheid gegeven. De gedachten achter onze slogan “rijk aan verhalen” is dat als wij ons authentieke verhaal vertellen, Medemblik automatisch mensen aantrekt die bij de regio passen. Medemblik vertelt graag haar verhaal door de authentieke Medemblikker aan het woord te laten

zodat de bezoeker huiswaarts keert met een koffer vol verhalen om deze thuis door te vertellen! De verhalen van Medemblik zijn zichtbaar in het magazine en online (website en social media) en zijn de rode draad in de campagne. In samenwerking met de centrumgroep wordt in 2018 gewerkt aan de centrumzichtbaarheid in de campagne Rijk aan verhalen. Op prominente plekken in Medemblik komt de bezoeker in aanraking met de campagne.



- ♦ Magazine Rijk aan verhalen – Een veilige thuishaven – Jachthaven Andijk
<https://www.visitmedemblik.nl/onze-verhalen/een-veilige-thuishaven/>
- ♦ Magazine Rijk aan verhalen – Voor de Bakker – Bakkerijmuseum
<https://www.visitmedemblik.nl/onze-verhalen/voor-de-bakker>

Ondernemers worden gestimuleerd om de campagne te gebruiken in hun eigen marketing en te verwijzen naar de website en het magazine uit te delen. De uitingen worden ontworpen door creatieve partner Westfris.



Beurzen

In samenwerking met Holland boven Amsterdam is Medemblik gepromoot op de Fiets- en wandelbeurs. Hier is een folder met diverse fietsroutes door Enkhuizen – Medemblik – Hoorn uitgedeeld.

Online

In april van 2018 is de website www.visitmedemblik.nl van start gegaan. De website is het belangrijkste communicatiemiddel van de toeristische marketing. Bezoekers, gasten en toekomstige gasten vinden hier actuele informatie (locaties, routes, activiteiten, accommodaties, evenementen) voor hun bezoek aan de gemeente Medemblik. In 2018 is hard gewerkt aan het volledig maken van de data. Ondernemers hebben actief hun gegevens gecontroleerd of aangeleverd. De website is in 2018 vertaald in Duits en Engels. Belangrijk bij een toeristische website is, dat de online content (de informatie) actueel, compleet en makkelijk vindbaar is. Een bezoeker die de website bezoekt is op dat moment al onze gast.

Via Google analytics houden we de bezoekersaantallen bij. In 2018 is de site rond de 13.000 keer bezocht. Voor een startende site een goede start. Er liggen nog vele kansen om te groeien.



Zoekmachineoptimalisatie

Zoekmachineoptimalisatie (SEO) zorgt ervoor dat een website in de gratis zoekresultaten bij de zoekmachines (google) beter vindbaar is. In 2018 is

geïnvesteed in het optimaliseren van de vindbaarheid en de online zichtbaarheid. Via linkbuilding, optimaliseren van zoektermen en adverteren (SEA) met als doel om deze nieuwe site in de top 10 te laten komen als je google't op Medemblik.

Evenementen medemblik | Direct aan het IJsselmeer | visitmedemblik.nl

Adv. www.visitmedemblik.nl/Medemblik ▼

Medemblik ligt daar waar land en water elkaar raken. Verleden en heden zijn hierdoor onlosmakelijk met elkaar verbonden. Bijzondere overnachtingen. Stad vol met historie. Kinderplezier.

Campings

Maximaal genieten van buiten
Bij de boer of met meer luxe

Hotels in Medemblik

Laat je verwennen
Met extra lekkere bedden

External links [edit]

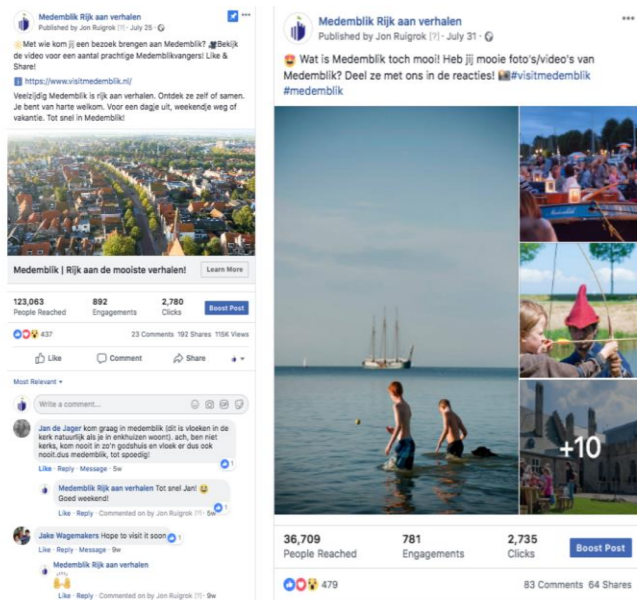
- Media related to [Medemblik](#) at Wikimedia Commons
- "Medemblik". *Encyclopædia Britannica*. **18** (11th ed.). 1911.
- [Official website](#)
- [Official tourist website](#)

V • T • E

Social Media

Medemblik is op social media in 2018 actief op de facebookpagina Rijk aan verhalen. Aan de hand van een contentkalender worden berichten geplaatst passend bij de doelgroep, thema's en evenementen in een bepaalde periode. Via een samenwerking met 5 culturele instellingen en de MEVO is er een online betaalde campagne uitgerold. Eerst is ingezet om bekendheid "awareness" te creëren en vervolgens werden de individuele bedrijven/musea gepromoot. Deze campagne was zeer geslaagd. De facebookfans zijn in 2018 gestegen van 911 naar 2300.

Ook het social media-kanaal Instagram is gemaakt. Hier is verder niet op geadverteerd. Dit heeft veel beeld van bezoekers opgeleverd die #medemblik gebruiken.



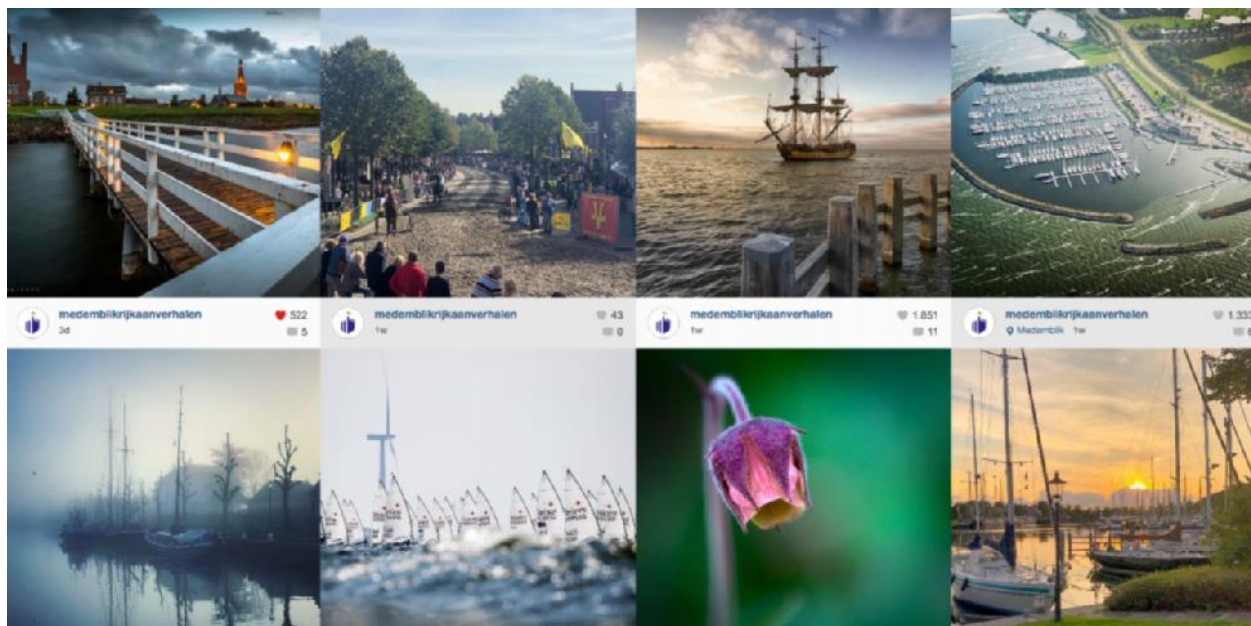
Facebook

Beleving online! #medemblikvangers

Belangrijk: **bereik** geen doel op zich maar
focus op interactie/betrokkenheid.
Daarna bereik vergroten!



Instagram



Offline

De bezoeker oriënteert zich voornamelijk online voor inspiratie en informatie. Als de bezoeker in Medemblik is, is de behoefte aan plattegronden en magazines er wel. Marketing is een mix van online en offline activiteiten. Medemblik heeft onderstaande producten in 2018 op de markt gebracht.

Magazine

Het toeristische magazine Rijk aan verhalen (voorheen in Medemblik) is in 2018 gerestyled in de campagne Rijk aan verhalen. Het toeristisch magazine heeft een oplage van 35.000 stuks en wordt verspreid bij toeristische ondernemers en prominente plekken in Medemblik, West-Friesland en langs de kust.



In dezelfde stijl als het magazine is een **stadsplattegrond** (5000 stuks) van Medemblik ontwikkeld met een kaart en highlights in Medemblik. Samen met de magazines zijn deze plattegronden in en rondom Medemblik door de toeristisch coördinator verspreid.

Advertenties

Er zijn vele bladen en magazines die ons benaderen voor adverteren, eventueel in combinatie met redactionele aandacht. Per media-uiting maken we hier een keuze in. Voorwaarde is dat het past bij onze doelstelling en doelgroep. Er is geadverteerd in de Rodi Media bladen (evenementenladders), in het Landal magazine Julianadorp Trots op eigen streek en van Dagje weg.nl (online bannering), 100%NL, Fietsblad en de Telegraaf. Sommige advertenties waren in samenspraak met Holland boven Amsterdam.

Producten

Producten zijn nodig om je boodschap tastbaar te maken en om ondernemers aan elkaar te verbinden. De 'starterspakketten' (vlaggen, sleutelhangers) uit 2017 zijn verder verspreid. Verder zijn er posters ontwikkeld, verspreid onder ondernemers en geplaatst in Medemblik



Blogevent & Pers

Een blogevent zorgt voor online gebiedspromotie.

Wanneer een journalist, blogger of vlogger over je gebied schrijft, is dit een indirecte manier van reclame maken. Omdat het blog of vlog geschreven is door een objectief persoon wordt de bron als meer betrouwbaar gezien. In september hebben 4 fiets- en wandelbloggers een weekendprogramma gevolgd in en rondom Medemblik. Op het programma stond; wandelen, fietsen, varen, bezoek musea en slapen bij een camping en B&B. Resultaat: 8 geschreven blogs en prachtig beeldmateriaal. De blogs worden op de site geplaatst en via socials van de bloggers en Medemblik verspreid. We hebben in 1 weekend circa 60.000 mensen bereikt via de socials van de bloggers. Vervolgens zorgen de blogs ook weer voor online bereik.



*Quote blogger: "Tineke is één van de gidsen van **Nut Twisk** en begint gelijk vol enthousiasme te vertellen over "haar" Twisk. Met stralende ogen en een brede glimlach, hier is duidelijk sprake van een "gevalletje ware liefde".*

Goeie initiatievenpotje

Het goeie initiatievenpotje is bedoeld om ondernemers te stimuleren om in gezamenlijkheid, met meerdere ondernemers, Medemblik te promoten en aan te sluiten bij de campagne. Met 4 musea, het ondernemersfonds, Mevo en het toeristisch platform zijn er 2 marketingcampagnes geïnitieerd. Met als resultaat een online campagne en van april tot december radioreclame, redactioneel en online aandacht via NH Media en AT5.

Een kleiner initiatief is de stempelkaart in de herkenbare Medemblik Rijk aan verhalen-stijl.

Overig

In 2018 is geïnvesteerd in goede foto's. Mooi beeld van Medemblik dat de bezoeker aanspreekt en gebruikt wordt op de website en in drukwerk. Deze beelden worden geplaatst in de beeldbank van de gemeente.



Kennis- & netwerkbijeenkomsten

Ondernemers en stakeholders bij de plannen en werkzaamheden betrekken, blijft een van de belangrijkste activiteiten.

In 2018 organiseerden we 2 netwerkbijeenkomsten. In het voorjaar de opening van het toeristisch seizoen waarbij we in Andijk bij 1619 de website hebben gelanceerd en met een bus langs diverse ondernemingen zijn gegaan. In het najaar is er netwerkcontbijt georganiseerd bij kasteel Radboud met een presentatie van het afgelopen jaar en een workshop sociale media voor de aanwezigen. Beide bijeenkomsten zijn goed bezocht. Circa 70 personen per bijeenkomst.

Minimaal 4x in het jaar verschijnt voor betrokkenen de nieuwsbrief die de ontvanger op de hoogte houdt van de toeristische ontwikkelingen en werkzaamheden van de coördinator toeristische marketing en positionering.



Organisatie en Uitvoering

De inzet van een coördinator toeristische marketing en positionering is georganiseerd vanuit de gemeente Medemblik. Zij stelt gelden beschikbaar voor de inzet van gemiddeld 16 uur in de week. Het uitvoeringsprogramma wordt in samenwerking met het toeristisch platform opgesteld en vervolgens ter goedkeuring voorgelegd aan de gemeente. De werkzaamheden van de coördinator toeristische marketing en positionering bestaan uit:

Uitvoeren

- ◆ Uitvoeren van het uitvoeringsprogramma toeristische marketing 2018;
- ◆ Ondersteunen van het toeristisch Platform, door voorbereiding van de agenda en eventuele uitvoering van besluiten (samen met Ondernemers
- ◆ Budgetbewaking;
- ◆ In overleg met het toeristisch platform, het uitvoeringsprogramma Toeristische Marketing Medemblik 2019 opstellen

Overleg

- ◆ Deelname aan overleggen voor regionale (Toeristische Platform Westfriesland) en bovenregionale toeristische marketing (Holland Boven Amsterdam);
- ◆ Afgevaardigde toeristisch platform bij de Centrumgroep Medemblik
- ◆ In overleg met de opdrachtgever, deelnemen aan bijeenkomsten die georganiseerd worden door de gemeente of regio waarbij de toeristische marketing van Medemblik een belangrijk onderdeel is.
- ◆ Op verzoek van de opdrachtgever aanwezig bij commissie of raadsvergaderingen;

Advies en organisatie

Namens de gemeente Medemblik het eerste aanspreekpunt voor toeristische marketing vooral lokale ondernemers, marketingorganisaties en de gemeentelijke organisatie. Intensiveren van de samenwerking op lokaal niveau en zorgen dat wat er gebeurt goed regionaal en bovenregionaal aansluit.

Toeristisch platform

De opzet en de taken van het toeristisch platform bleven ongewijzigd in 2018. Het platform kwam circa 6-wekelijks bij elkaar. De gemeente is budgethouder en verantwoordelijk voor alle uitgaven.