

Een strategisch citymarketingplan

wes | onderzoek & strategie
eye-opening • together • results

Citymarketing?

1. Wat is citymarketing: doelgroepen en actieterreinen?
2. De visie van WES op citymarketing
3. Waarom moet een gemeente of stad zich engageren in citymarketing?

Citymarketing?

- Door marketinginspanningen tracht een producent de aandacht te vestigen op zijn product en de consumenten aan te zetten om voor zijn product te kiezen

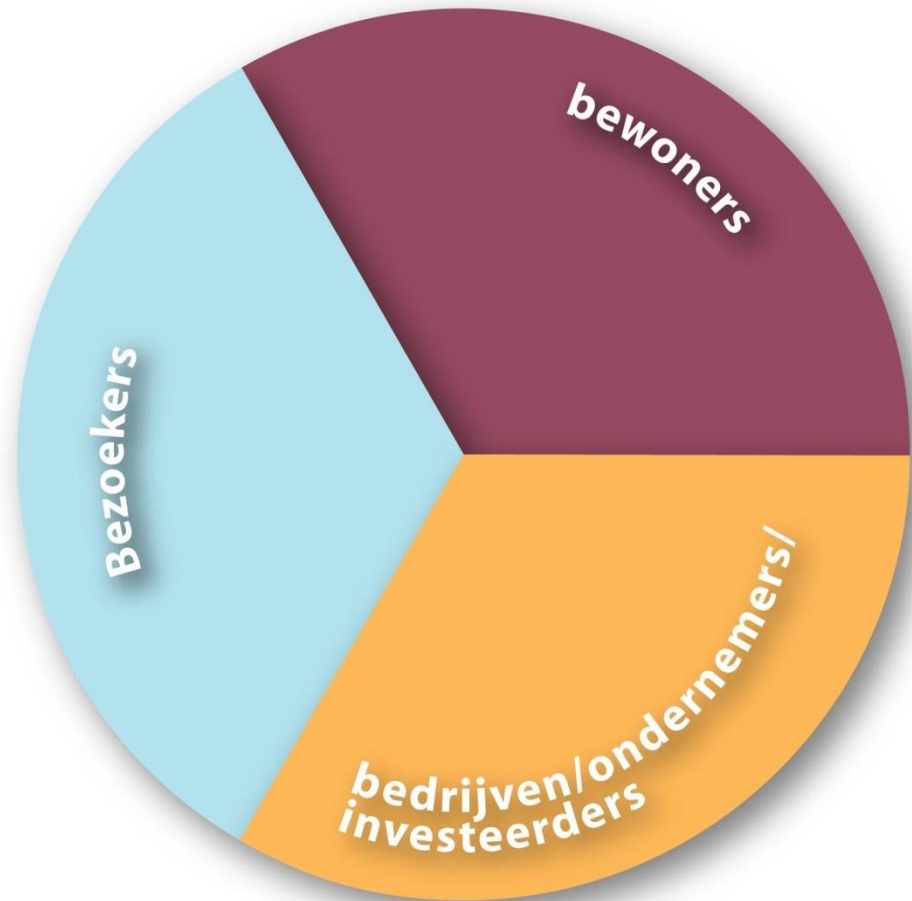


- Door citymarketing tracht een stad of gemeente zich in de spotlight te zetten en de aandacht naar zich toe te trekken
- Hoofddoel is de doelgroepen te bewegen hun activiteiten in de eigen stad of gemeente te ontplooiën

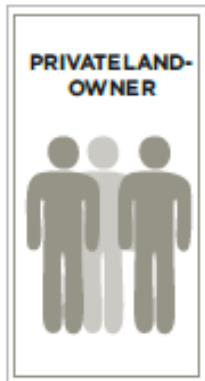
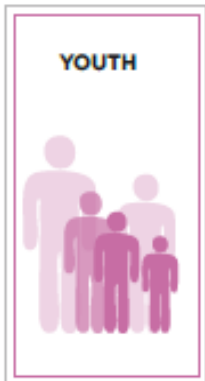
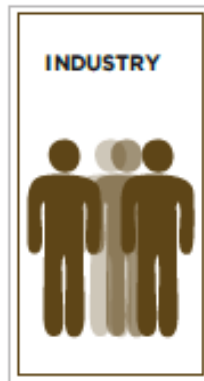
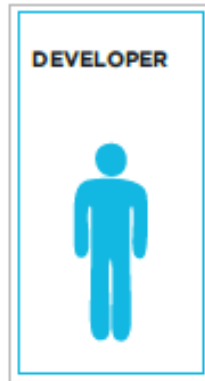


Citymarketing: 3 doelgroepen

- Citymarketing:
 - Is meer dan het aantrekken van bezoekers
 - Richt zich ook op het behouden en aantrekken van (potentiële) bewoners en bedrijven, handelaars en investeerders

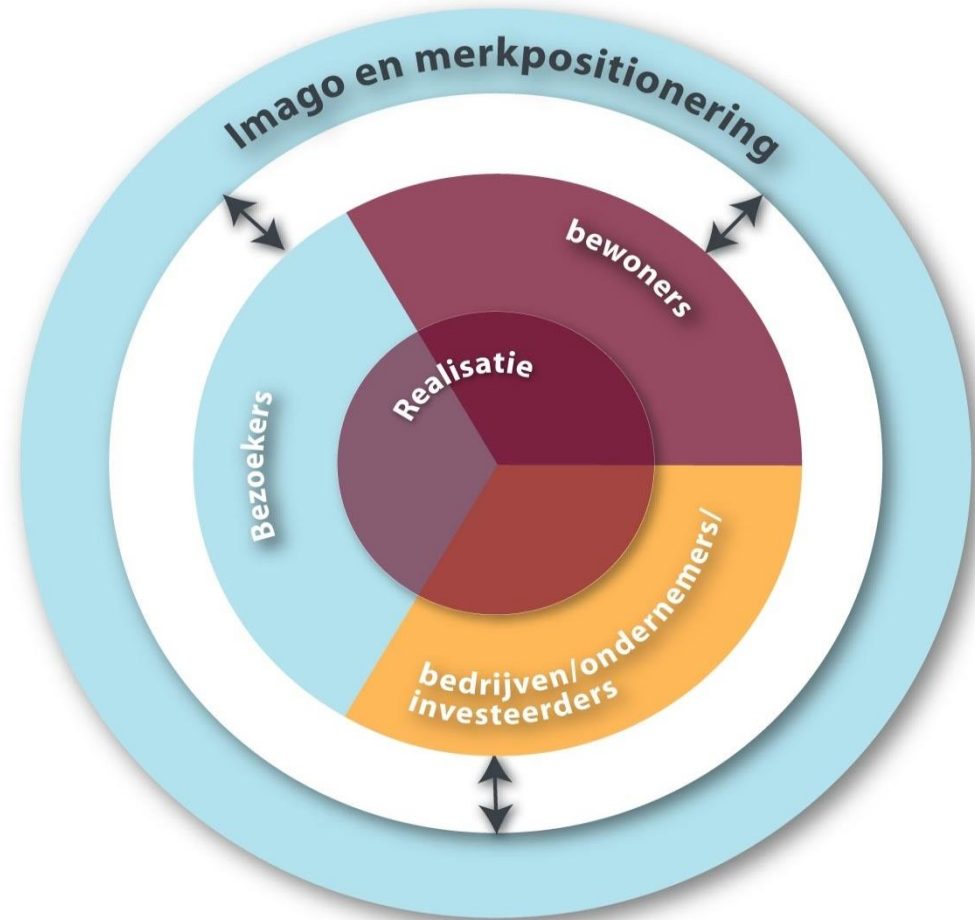


ACTIVATING CITY MAKING WITH YOU



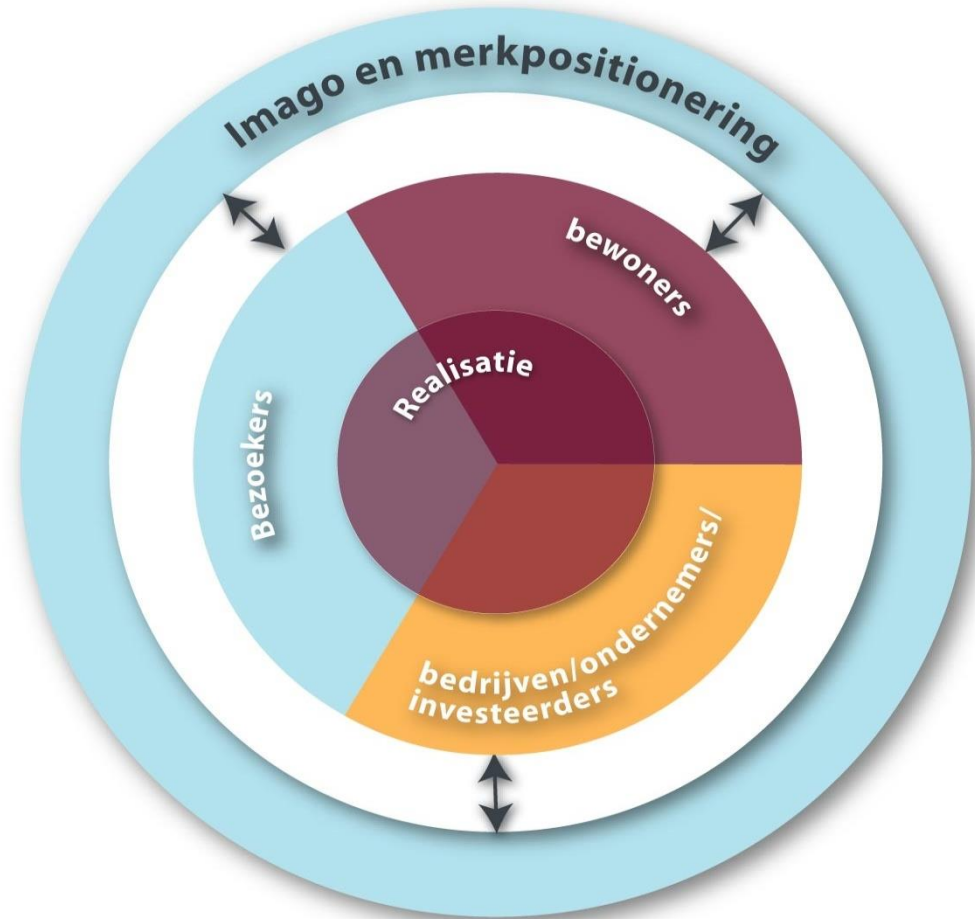
Citymarketing: werken op 2 fronten

- Marketingluik:
 - Verhogen van de bekendheid en ontwikkeling van het imago van de plaats door een gepaste merkpositionering die de doelgroepen kan aantrekken
 - Het “op de kaart” zetten van de plaats



Citymarketing: werken op 2 fronten

- **Realisatielukkig:**
 - Ontwikkelen van initiatieven en projecten die de gekozen positionering ondersteunen en waarmaken
- De gemeente moet leveren wat ze belooft!



Citymarketing: ook voor kleinere steden en gemeentes!

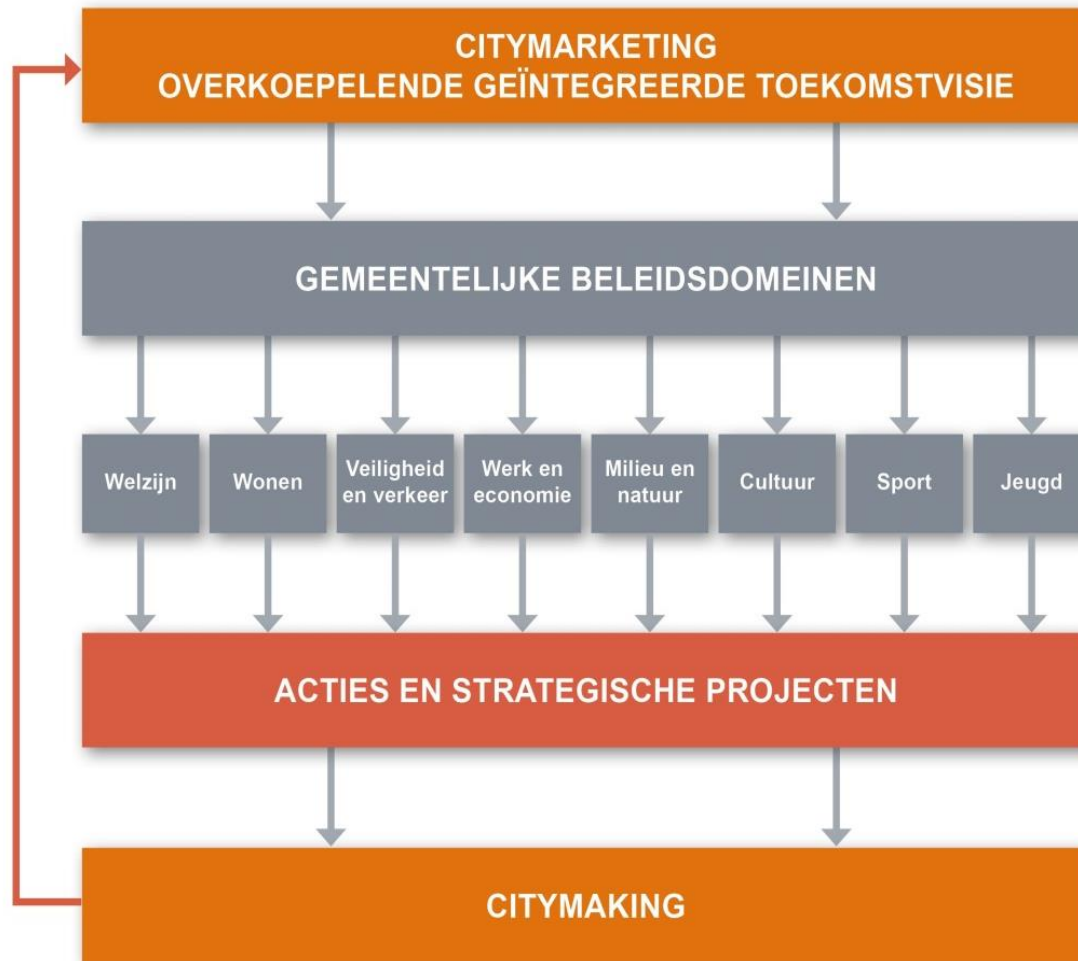
Elke gemeente heeft **doelgroepen**

Elke gemeente, heeft een **imago**, willen of niet

Elke gemeente, moet werken aan haar "**product**"

Elke gemeente heeft **concurrentie**

Visie van WES op citymarketing



Visie van WES op citymarketing

- Beredeneerde ambitie waar een gemeente of stad naartoe wil werken op middellange en lange termijn



Waarom van belang?

- Inspelen op veranderende omgeving
 - Toegenomen mobiliteit van de doelgroepen
 - In veel segmenten is er geen groei meer mogelijk
 - Toegenomen concurrentie tussen steden en gemeentes onderling
 - Huidige conjunctuur: belang van het efficiënt inzetten van middelen en meetbare resultaten
 - ...

Nut van citymarketing

- Gunstige positie tegenover andere steden of gemeenten
- Grotere economische en sociaal-culturele activiteit:
 - Bijv.: nieuwe bedrijven = nieuwe tewerkstelling = nieuwe indirecte arbeidsplaatsen = nieuwe inwoners = nieuwe inkomsten
 - Bijv.: nieuw cultuuraanbod = meer tevreden inwoners = meer bezoekers = meer bestedingen = meer werkgelegenheid
- Citymarketing is integrerende factor in het gehele stedelijk of gemeentelijk beleid
- Citymarketing helpt om de neuzen van de betrokken partijen (publiek en privaat) in dezelfde richting te duwen
- Eenduidig en consistent imago als resultaat

Meer info? Contacteer ons voor een vrijblijvend gesprek!



Rik De Keyser
Bestuurder-directeur

T +32 50 36 71 02
rik.dekeyser@wes.be

wes onderzoek & strategie
Baron Ruzettelaan 27
8310 Brugge
T +32 50 36 71 36
F +32 50 36 31 86
🐦 wesstrat
✉ info@wes.be
www.wes.be