



# Uitvoeringsprogramma 2013

Januari 2013

[www.westfrieseomringdijk.nl](http://www.westfrieseomringdijk.nl)



Westfriese Omringdijk • je kolke d'r je ouge uit



## Inhoudsopgave

Inleiding.....	4
1. Organisatie.....	5
2. Doelgroep .....	7
3. Doelstellingen.....	9
4. Activiteiten.....	11
4.1 Herkenning.....	11
4.2 Beleving .....	14
4.3 Verbinding .....	18
5. 2013 van maand tot maand.....	20
Bijlage 1: Rollen en taken bij organogram .....	25
Bijlage 2: Kanjers van de dijk 2013.....	27
Bijlage 3: resultaten nav werksessie 9 november 2012 .....	28
Bijlage 4: Social Media .....	30

ligging Westfriesland in Noord-Holland



## **Inleiding**

Het programmabureau Westfriese Omringdijk gaat een nieuwe fase in. De afgelopen drie jaar heeft het bureau de rol vervuld van producent, verbinder, aanjager, ontwikkelaar, subsidiënt en organisator. Deze rol past zich aan aan de huidige omstandigheden die in het strategisch plan staan omschreven. In dit uitvoeringsprogramma vindt u het basisprogramma. Binnen het basisprogramma zal de nadruk worden gelegd op de coördinerende rol in plaats van de uitvoerende rol van het programmabureau. De drie hoofddoelstellingen blijven leidend in ons basisprogramma, maar de focus wordt verlegd. Projectactiviteiten zullen de komende periode via additionele financiering door opdrachtgevers op projectbasis worden gerealiseerd en separaat worden uitgewerkt per gevraagde offerte.

## **Herkenning**

Het merk Westfriese Omringdijk met de daarbij behorende huisstijl en de vaste online en offline middelen blijven leidend in de regiopromotie. Deze worden beheerd, bewaakt en geproduceerd door het programmabureau en met verschillende (media)partners uitgezet. In de nieuwe vorm werkt Cultuurcompagnie Noord/Holland op het gebied van vermarkten, promotie en distributie nauwer samen met de regionale VVV's.

## **Beleving en verbinding**

Het aanbod maakt het programma: de taak voor het programmabureau is om het Westfriese aanbod kwalitatief te verbeteren middels bijeenkomsten, te verbinden middels de huisstijl van de Westfriese Omringdijk en te etaleren middels alle communicatiekanalen die in de afgelopen 3 jaar zijn opgebouwd. De Kanjers van de dijk en de Landschapsambassadeurs hebben een primaire rol in de gastvrije vermarkting van Westfriesland. Daarnaast zijn er vele ondernemers die met arrangement- en productontwikkeling kunnen profiteren van het programma. Dit betekent dat er vooral een taak ligt op de vloer, in het veld.

Om ervoor te zorgen dat betrokken gemeenten juist en direct geïnformeerd worden en betrokken blijven is de inzet op ambtelijk niveau essentieel. Dit wordt bereikt door de beleidsmedewerkers te betrekken bij de koers van het programma en onderdeel te maken van het kernteam. Hierdoor wordt de Westfriese Omringdijk gecontinueerd in gemeentelijk beleid en kan het programmabureau directer inspelen op gemeentelijke actualiteiten.



## 1. Organisatie

In de bijlage is een volledig overzicht te vinden van rollen en taken.

### Programmabureau

Het programmabureau richt zich op het bewaken en inzetten van het sterke merk Westfriese Omringdijk en het ontwikkelen van producten en arrangementen binnen een samenhangend programma. Het programmabureau zet zich ten volle in voor het stimuleren en enthousiasmeren van andere organisaties om producten en arrangementen te ontwikkelen. Zij heeft hierin een regisserende rol, die de gezamenlijke doelen en resultaten van de partners bewaakt en nastreeft ter bevordering van de vrijetijdseconomie in het gebied binnen de Westfriese Omringdijk.

Het programmabureau voert hiertoe in opdracht van de stuurgroep het basisprogramma uit. Het programmabureau stelt het jaarprogramma vast, communiceert dit, organiseert netwerkbijeenkomsten waarmee de regionale samenwerking bevorderd wordt, belegt vergaderingen en gaat het veld in met luisterend oor. Het programmabureau bestaat uit een programmamanager, een uitvoerend projectleider met assistentie, een communicatiemedewerker en een adviseur Toerisme en Recreatie en een promotiepartner.

Het programmabureau werkt nauw samen met partnerorganisaties die zich richten op gebiedspromotie, natuur- en recreatie, zoals Landschap Noord-Holland, en Recreatieschap Westfriesland, Recreatie Noord-Holland, Leisure Board e.a.

### Cultuurcompagnie Noord-Holland

#### Programmamanagement

Cultuurcompagnie beheert relatieplatform op niveau Rabobank, HHNK, PNH en gemeenten en levert strategisch advies ism Ontwikkelingsbedrijf NHN.

#### Communicatie

De communicatiemedewerker is verantwoordelijk voor de marketing en communicatie van het programma en beheert, bewaakt en ontwikkelt daarin o.a. de inzet van de huisstijl, de online middelen als website en social media, de offline middelen zoals de brochure en de samenwerking en daaruit voortkomende acties met UIT-in-Noord-Holland, Uitwaaier, HDC Media en RTV-NH. De communicatiemedewerker is verantwoordelijk voor het genereren van free-publicity (herkenning regionaal en landelijk) en werkt daarin samen met de projectmedewerker bij het uitzetten van actiegerichte mediacampagnes om de samenhang in de gehele mediacampagne te bevorderen.

Daarnaast draagt Cultuurcompagnie zorg voor de fysieke herkenning in de regio door middel van de Omringdijkbankjes en routeduiding.

### Projectleider

De projectleider verzorgt de dagelijkse projectleiding, stuurt het team aan, organiseert de vergaderingen en bijeenkomsten, zorgt voor de verbinding van de uitvoeringspartijen, gaat het veld in om het merk te laden en te verkopen, om arrangement- en productontwikkeling en verbetering aan te jagen en te versterken, en voert ism Ontwikkelingsbedrijf NHN de kwaliteitsverbetering van het aanbod uit.



**Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord**

Ontwikkelingsbedrijf NHN maakt deel uit van het programmamanagement dat het relatieplatform op niveau Rabobank, Hoogheemraadschap Hollands Noorderkwartier en provincie Noord-Holland beheert, en levert strategisch advies op gebied van vrijetijd i.s.m. Cultuurcompagnie NH.

**Promotie/ondersteuning**

De regionale VVV's zijn in 2013 een promotionele partner in het programmabureau die het programma online en offline promoot bij bewoners en bezoekers van de regio. Dit doen zij onder andere door winkelpromotie, een websitebanner, drukwerk en social media. Het partnership wordt verder uitgelicht in de samenwerkingsovereenkomst en voor een gedeelte in dit document bij activiteiten.



## 2. Doelgroep

### Reclamedoelgroep

Landelijk, regionale en lokale pers  
 Cultuurtoeristische ondernemers Westfriesland en kustregio  
 Kanjers van de dijk  
 Wakers van de dijk  
 Partners (uit convenant)

### Marketingdoelgroep

Cultuurliefhebbers  
 Beoefenaars actieve vrijetijdsbesteding  
 Inwoners van Westfriesland en inwoners van omliggende regio's (Groot Amsterdam, Kustregio en Kop van Noord-Holland)  
 Nederlandse dagbezoekers/ dagjesmensen  
 Nederlandse toeristen uit de aanliggende kustregio

### Bezoekersprofiel<sup>1</sup>

Sociale klasse van de grootste groep bezoekers aan Westfriesland is A (40%). Landelijk ligt dit op 18%. A is de hoogste klasse die wordt bepaald aan de hand van positie op de arbeidsmarkt en opleidingsniveau. De grootste groep bezoekers hebben een tweepersoonshuishouden in de leeftijd van 55+.

### Levenstijlprofiel bezoekers Westfriesland

#### Uitbundig Geel, 'Samen actief bezig zijn, uitgaan en genieten'

Recreanten in de gele belevingswereld zijn levensgenieters die graag samen met anderen actief en sportief recreëren. Recreatie is voor deze groep genieten, uitgaan en lekker eten. Actief, sportief, gezellig en verrassend zijn de kernwoorden bij de vormen van recreatie die zij kiezen. Contact met anderen – familie, vrienden of kennissen – is belangrijk. Zij gaan regelmatig met een grotere groep dan alleen het eigen gezin op pad. Ze zijn energiek en enthousiast en letten er bij het uitkiezen van een activiteit op dat iedereen het naar zijn zin kan hebben. Recreatief winkelen behoort tot hun favoriete bezigheden. Deze recreanten beschikken vaak over iets meer budget dan gemiddeld.

#### Rustig Groen, 'Even rust nemen in eigen omgeving'

Recreanten uit de groene belevingswereld zijn over het algemeen rustig, nuchter, en serieus. Recreëren is voor hen niets anders dan uitrusten, ontspannen en tijd hebben voor je hobby's. Even rust nemen in eigen omgeving en niets aan je hoofd hebben. Daar is genoeg moois te zien en te ontdekken, en je hoeft er niet ver voor te reizen. Groene recreanten omschrijven zichzelf relatief vaker als gewoon, bedachtzaam en kalm. Zij gaan graag hun eigen gang en vinden dat de maatschappij van vandaag wel erg aan het veranderen is. Hun gevoel is dat het "vroeger vaak beter was". De dagrecreatie-activiteiten die zij kiezen, passen vaak goed bij deze beleving. Eén- en tweepersoonshuishoudens in de oudere leeftijdsklassen zijn in deze groep relatief oververtegenwoordigd.

<sup>1</sup> \*N.a.v. onderzoek dagrecreatie in opdracht van Recron, uitgevoerd door NBTC.NIPO en SmartAgent



### **Bewonersprofiel**

Sociale klasse van de grootste groep bewoners van Westfriesland is CD (38%) en Bb (30%). CD is de laagste klasse die wordt bepaald aan de hand van positie op de arbeidsmarkt en opleidingsniveau. De grootste groep bewoners van Westfriesland (21%) hebben een tweepersoonshuishouden in de leeftijd van 55+.

### **Levenstijlprofiel bewoners Westfriesland:**

#### **Gezellig Lime**, 'Even lekker weg met elkaar'

Gezellig lime recreanten zijn gewone, gezellige mensen die recreëren om even weg te zijn van de dagelijkse beslommeringen. Recreëren is "even lekker weg met elkaar". Daarbij staat samen zijn, gezelligheid en (sportieve) ontspanning centraal. De lime recreanten stellen daarbij geen bijzondere eisen. Een braderie of rommelmarkt is heel gezellig, je komt er altijd wel iemand tegen! Lekker vrij zijn, rust en doen waar je op dat moment zin in hebt, dat telt voor de recreanten uit de lime belevingswereld. Daarbij wordt wel een beetje op de kosten gelet, je kunt tenslotte je geld maar één keer uitgeven.

#### **Uitbundig Geel**, 'Samen actief bezig zijn, uitgaan en genieten'

Recreanten in de gele belevingswereld zijn levensgenieters die graag samen met anderen actief en sportief recreëren. Recreatie is voor deze groep genieten, uitgaan en lekker eten. Actief, sportief, gezellig en verrassend zijn de kernwoorden bij de vormen van recreatie die zij kiezen. Contact met anderen – familie, vrienden of kennissen – is belangrijk. Zij gaan regelmatig met een grotere groep dan alleen het eigen gezin op pad. Ze zijn energiek en enthousiast en letten er bij het uitkiezen van een activiteit op dat iedereen het naar zijn zin kan hebben. Recreatief winkelen behoort tot hun favoriete bezigheden. Deze recreanten beschikken vaak over iets meer budget dan gemiddeld.

### **Levenstijlprofiel bewoners Noord-Kennemerland**

Bij het leefstijlonderzoek werden er andere regio's gehanteerd dan wij in het programma hanteren. Het westen van het gebied binnen de Omringdijk, behoorde in het onderzoek tot Noord-Kennemerland. Het meest voorkomende levenstijlprofiel daar is 'Ingetogen Aqua'.

#### **Ingetogen Aqua**, 'Brede interesse, ruimdenkend en engagement'

Recreanten uit de aqua belevingswereld zijn bedachtzaam, breed geïnteresseerd in cultuur en denken na over wat zij kunnen betekenen voor de maatschappij. Ze beschrijven zichzelf als ruimdenkend, rustig, geïnteresseerd in anderen en serieus. In deze groep vinden we relatief vaker 'empty nesters', die weer tijd hebben voor hun eigen interesses. Inspirerende maar ook vaak rustige activiteiten horen daar bij. Ze verdiepen zich graag in kunst en cultuur, willen nog volop meedoen met de maatschappij van vandaag en alle veranderingen die zij daarin zien. Deze recreanten houden ook van sportieve activiteiten. Wandelen, fietsen, nordic walking: dat houdt je fit!





### 3. Doelstellingen

#### Hoofddoelstelling 2013-2015

#### **Versterken en vergroten vrijetijdseconomie in gebied binnen de Westfriese Omringdijk.**

Westfriesland als cultuurtoeristische bestemming promoten met de dijk als icoon met als resultaat een kwalitatief versterkt aanbod in de vrijetijdseconomie, dat in samenwerkingsverband wordt gepromoot.

#### Doelstelling 1 2013

#### **Herkenning: Ontwikkeling van de Westfriese Omringdijk als sterk merk**

Promotie van de Westfriese Omringdijk (Westfriesland) als cultuurtoeristische bestemming in Nederland.

#### Beoogd resultaat in 2013\*

- Het gebruik van de huisstijl en website door partners verbeteren
  - o Vermelding van weblink +logo WFO op alle websites van de partnergemeenten
  - o Vermelding van weblink +logo WFO op alle websites van de Kanjers van de dijk
  - o Fotovermelding + weblink + banner WFO op VVV websites
  - o Alle Kanjers van de dijk zijn partner van UIT-in-Noord-Holland en voeren actief hun evenementen in (database Uit-in-NH)
  - o Minimaal 5 offline uitgaven (communicatiemiddel) van evenementen, nieuwe routes, locaties en/of arrangementen waarbij 1 van de elementen uit de huisstijl van WFO is gebruikt
- Verhogen naamsbekendheid van WFO door het creëren van regionale en landelijke free publicity
  - o Minimaal 2 acties (vrijkaarten, kortingen, arrangementen etc.) gepubliceerd in landelijke media
  - o Minimaal 20 redactionele artikelen geplaatst in regionale media en 2 redactionele artikelen in landelijke media geplaatst op basis van free publicity (exclusief free publicity rondom de Ronde van de Westfriese Omringdijk)
- Verhogen naamsbekendheid WFO en vermarkten van cultuurtoeristisch aanbod Westfriesland (locaties en arrangementen) door actualiseren en intensiveren van de brochure en deze in een oplage van 75.000 (indien begroting dit toe laat) te distribueren zowel in de regio via de cultuurtoeristische partners als landelijk via de VVV en beurzen.
- Websitebezoek vergroten naar minimaal 30.000 unieke bezoekers per jaar door middel van het ontwikkelen van een mobiele website, het ontwikkelen van een online routemodule, het versturen van minimaal 6 nieuwsbrieven en het intensiveren van de inzet van social media.
- Stimuleren meerdaags verblijf door het stimuleren van samenwerking tussen ondernemers in de vrijetijdsindustrie maar ook met bedrijven daarbuiten. Hierdoor kunnen meerdaagse arrangementen ontwikkeld worden die aan de wensen van de hedendaagse bezoekers voldoen. Hiervoor de kennis van de VVV benutten, zij weten wat wel of niet loopt. Belangrijkste is dat deze arrangementen goed vermarkt worden, bijvoorbeeld via promotieorganisaties en boekingsorganisaties.



- Interactie kust- v.s. Westfrieslandrecreatie: Om de bestaande bezoekers aan de beide kusten beter te informeren over het aanbod in Westfriesland wordt de brochure van WFO verspreid via de informatiekantoren van de VVV's in Bergen, Schagen, Alkmaar, Callantsoog, Hoorn en Enkhuizen. Er worden in de periode april tot en met september WFO brochures aangeboden en via de inforegiogids als gadget meegegeven. In de inforegiogids is een artikel opgenomen over WFO.

*\* In bovenstaande resultaten en activiteiten is de Ronde van de Westfries Omringdijk niet meegenomen aangezien de organisatie-uren en kosten hiervoor niet komen uit het huidige budget. Een maximale inspanning om hiervoor extra financiering binnen te halen is van belang om de resultaten die in 2011 en 2012 op het gebied van betaalde en free-publicity zijn behaald te evenaren.*

### **Doelstelling 2 2013**

#### **Beleving: Verbinden, versterken, promoten van culturele en recreatieve activiteiten op en binnen het gebied van de Westfries Omringdijk.**

Positioneren van de Westfries Omringdijk als podium voor culturele en recreatieve activiteiten door stimulering en promotie van (geselecteerde) bestaande producten, arrangementen en evenementen.

#### Beoogd resultaat in 2013

- Bestaande activiteiten op en in nabijheid van de Westfries Omringdijk worden versterkt en verbonden:
  - o Organiseren van de kick off in maart als gezamenlijke start van een nieuw Westfries Omringdijk seizoen
  - o Organiseren van een inloopspreekuur voor ondernemers waar zij hun ideeën-arrangementen kunnen lanceren en onder de aandacht kunnen brengen via de etalages en podia van WFO
  - o Organiseren van minimaal 2 interactieve sessies met het cultuurtoeristisch veld in 2013 om de verbinding van bestaande arrangementen, locaties en activiteiten te bevorderen
  - o Het onder de aandacht brengen van het aanbod van het veld door middel van minimaal 1 actie per maand van april t/m september (kortingsactie, vrijkaarten) uitgezet via social media en de nieuwsbrief
- Versterken van de recreatieve infrastructuur:
  - o De 2 interactieve sessies hebben niet alleen als doel verbinding te bevorderen, maar ook de kwaliteit te verbeteren. Dit wordt bereikt door de inzet van experts/ vakdeskundigen
- Bezoekersaantallen aan evenementen en verblijfsaccommodaties nemen toe. Op basis van de eigen activiteiten/ activiteiten van partners waarvan bezoekersaantallen bekend zijn zullen we dit steekproefgewijs meten.

### **Doelstelling 3 2013**

#### **Verbinding: Draagvlak continueren voor regionale samenwerking in het algemeen en meer specifiek voor de promotie van Westfriesland via programma Westfries Omringdijk**

Commitment voor een meerjarig uitvoeringsprogramma waarin gemeenten, bedrijfsleven (Wakers), Provincie NH, Rabobank en overige samenwerkende partners (VVV, Recreatieschap Westfriesland, Westfries Genootschap, NH Landschap) ambassadeurs, kanjers, Ontwikkelingsbedrijf NHN, Cultuurcompagnie NH, en de verschillende promotiepartners samenwerken.



### Beoogd resultaat in 2013

- Gemeenten, bedrijven, culturele en recreatieve partners participeren actief binnen een meerjarig programma.
- De elf gemeenten die participeren aan het programma nemen actief deel aan de activiteiten die WFO organiseert voor stakeholders en zorgen ervoor dat de berichtgeving via hun communicatiekanalen verder verspreid worden. De bijeenkomsten die voor de TCR ondernemers in WFO georganiseerd worden, zijn goed bezocht (60 per keer) en gewaardeerd met een 7.5
- Inzichtelijk maken van de economische effecten met onderzoek door Rabobank Nederland. Resultaten van het onderzoek met de kennis binnen de Rabobank analyseren en daarna delen met ondernemers om zo kansen te benutten en bedreigingen af te wenden. Onderzoeksresultaten kunnen ook gebruikt worden als onderbouwing van beleid.

## **4. Activiteiten**

### **4.1 Herkenning**

#### **Behorend bij doelstelling 1**

##### **Brochure**

Tijdens de seizoensopening eind maart wordt de vernieuwde versie van de brochure gepresenteerd in een oplage van 75.000 stuks. De brochure wordt gedistribueerd via onze partners zoals cultuurtoeristische instellingen in heel Noord-Holland (Kanjers van de dijk + Uitwaaierdistributie etc.), de regionale VVV's (meegestuurd met Inforegiogids + via de winkels), de regionale Rabobanken, Landschap Noord-Holland, ATCB/NBTC etc. Verder zal Cultuurcompagnie/ Uit-in-Noord-Holland vertegenwoordigd zijn op vier Noord-Hollandse evenementen en op de Uitmarkt Amsterdam waarbij zij ook de brochure van Westfriese Omringdijk uitdelen.

In de nieuwe brochure zal plaats worden gemaakt om de Wakers van de dijk uit te lichten volgens de met hen afgesproken voorwaarde overeengekomen in de samenwerkingscontracten.

##### **Kanjers van de dijk**

Het cultuurtoeristisch bedrijfsleven/ locaties in het gebied is benaderd om op persoonlijke titel of door de uniekheid van ligging of activiteiten zich in te spannen om het gebied bij bewoners en bezoeker actief via hun communicatiekanalen onder de aandacht te brengen. Daarnaast zetten zij zich in om zichtbaar uit te dragen dat zij onderdeel zijn van het programma Westfriese Omringdijk. Wij maken de Kanjer en hun diensten zichtbaar op de website en in de brochure. Met het verbinden aan het programma committeren deze partijen zich aan het geheel van activiteiten en samenhang. Ze bezoeken onze interactieve bijeenkomsten en zetten zich in om producten en arrangementen te ontwikkelen. De projectmedewerker zal met het huisstijlhandboek langs de Kanjers van de dijk gaan om hen te helpen de huisstijl door te voeren in hun online en offline middelen en met het ontwikkelen van mogelijke producten en arrangementen. Uiteraard krijgen de Kanjers van de dijk brochures en literaire routes om uit te delen aan bezoekers van hun locatie en een display en locatiesticker om hun Kanjerschap uit te dragen.



### **Wakers van de dijk: Wonen, werken en recreëren**

Bedrijven en organisaties binnen de Westfriese Omringdijk zoals Hoogheemraadschap Hollands Noorderkwartier, Deen en Zeeman Vastgoed verbinden zich als partner aan het programma en ontwikkelen in samenwerking met het programma Westfriese Omringdijk aansprekende producten en arrangementen die de authenticiteit van Westfriesland benadrukken. Dit brengt zowel de bedrijven als het programma positief onder de aandacht bij consumenten en de zakelijke markt. Een financiële bijdrage zal aan het programmabureau worden toegevoegd die de uitvoeringskosten dekt van het gezamenlijk project. De waker verbindt zich aan het programma en zal op verschillende wijzen het programma binnen zijn of haar product en/of activiteit zichtbaar maken. Met de Wakers zullen afspraken “op maat” worden gemaakt waarin precies staat wat de samenwerking inhoud en op welke manier de waker WFO zichtbaar maakt en andersom.

### **Gemeenten**

De communicatieafdelingen van de betrokken gemeenten worden actief benaderd om te bekijken hoe de huisstijl + een weblink van WFO beter op de gemeentesites een plek kunnen krijgen. Bij de diverse publiekbalies staat de banner en de brochure in de display.

### **Website**

De website van de Westfriese Omringdijk is een publiekssite waar de consument o.a. een uit-agenda voor de regio, locatietips op het gebied van overnachten, eten & drinken, cultuur en attracties, routes en arrangementen en meer over de achtergrond van de dijk kunt vinden. De website vormt een etalage voor de activiteiten en locaties van alle culturele, culinaire, en toeristische ondernemingen en verenigingen. In 2013 wordt de website actueel gehouden met nieuws, activiteiten, nieuwe locaties, arrangementen en routes. De Kanjers van de dijk krijgen een inlog voor de Uit-in-Noord-Holland-invoermodule zodat zij zelf evenementen kunnen toevoegen die automatisch worden getoond op de WFO-website.

### **Social Media**

Twitter en facebook worden in 2013 dagelijks bijgehouden door zowel Cultuurcompagnie Noord-Holland als Productieburo Zorro. Er zal meer synergie worden gezocht tussen de overige online middelen en de offline middelen met de social media. Ook worden er meer koppelingen met evenementen, locaties en arrangementen gemaakt door middel van acties. In de bijlage wordt dit verder gespecificeerd.

### **Routemodule op de website**

Cultuurcompagnie ontwikkelt een routefunctionaliteit die ook op de website van Westfriese Omringdijk wordt geïntegreerd. Met deze functionaliteit zijn wij in staat om routes zelf online op een aantrekkelijke manier zichtbaar te maken en daaraan content te koppelen (verhaal achter de dijk, culinair verhaal, literair verhaal etc.). Aan de routes kan de consument zelf alle locaties en evenementen uit de database (database ontdek&beleef + Uit-in-Noord-Holland) koppelen. De routefunctionaliteit wordt ook mobiel toegankelijk zodat de routes direct met een smartphone gebruikt kunnen worden.

### **Digitale nieuwsbrieven**

In het hoogseizoen van april tot en met oktober verschijnen er minimaal 6 nieuwsbrieven in 2013 waarin evenementen, activiteiten en acties worden gecommuniceerd naar de consument. Elke nieuwsbrief bevat minimaal 1 actie zoals vrijkaartjes of een kortingsactie. Deze wordt behalve de nieuwsbrief ook via social media uitgezet.



### **Uitbreiding koppeling huisstijlelementen aan fysieke locaties**

In de afgelopen jaren zijn er 10 banken op en bij de dijk geplaatst, in o.a. Hoorn, Medemblik, Schagen, Niedorp, Schardam en Harenkarspel. In opdracht van derden (Eenigenburg, Enkhuizen en HHNK) zijn er nog eens negen extra banken geplaatst op beeldbepalende locaties in relatie tot de Westfriese Omringdijk. In Alkmaar is in de binnenstad op drie plaatsen in het wegdek van Alkmaar het logo met een doorsede van 1,5 meter geplaatst. In 2013 wordt dit uitgebreid met de volgende fysieke locaties Alkmaar (5 banken) en Drechterland 1 bank) Voor het Poldermuseum te Heerhugowaard heeft de gemeente het voornemen de duiding van KANJER en het logo van de Westfriese Omringdijk prominent op het dak van het museum aan te brengen. Ook in Eenigenburg zullen in het kader van het culturele project Tijdsdriehoek nog drie extra banken worden geplaatst.

### **Bewegwijzering van de dijk**

Het programmabureau zorgt, in samenwerking met Rabobank en Provincie NH bij de realisatie van bewegwijzering op de dijk, gekoppeld aan het fietsknooppuntensysteem van de ANWB, met informatieborden. Deze route-informatie zal per gemeente uitgebreid worden met informatieborden per gemeente en voorziet totaal in 60 borden, het e.e.a. zal in 2013 zijn gerealiseerd. De financiering vindt plaats in samenwerking met Provincie Noord-Holland, Rabobank en derden. Met het Nederlands Stoommachine Museum in Medemblik wordt gekeken hoe de Westfriese Omringdijk onderwerp kan worden van hun nieuw te ontwikkelen bezoekerscentrum, bijvoorbeeld met een korte film over de dijk en gebruik van enkele huisstijl kenmerken.

### **Promotiemiddelen**

Via het programmabureau kunnen partners en ondernemers promotionele producten afnemen van de Westfriese Omringdijk, zoals bierviltjes, banieren, rolbanners en natuurlijk de bankjes. De bestelling kan gedaan worden via [info@westfrieseomringdijk.nl](mailto:info@westfrieseomringdijk.nl). Op de website word een weergave van de middelen gegeven.

### **Ambassadeurs**

In 2013 zal het programmabureau zich inzetten om minimaal 2 nieuwe ambassadeurs aan het programma te verbinden die het programma landelijk kunnen promoten van 2013-2015. Er zal worden gekeken naar bekende Nederlanders die zelf ook baat kunnen hebben bij hun ambassadeurschap zodat het programma meer verzekerd kan zijn van hun inzet. Nieuwe ambassadeurs nemen bijna altijd nieuwswaarde met zich mee. Per ambassadeur zal worden gekeken op welke manier zij het programma vertegenwoordigen. Landelijke publiciteit staat hierin centraal.

### **Promotie via regionale VVV's**

De regionale VVV's zijn in 2013 een promotionele partner die o.a. op onderstaande manieren het programma helpt te vermarkten t.w.v € 15.000,00 (partnership wordt verder toegelicht in samenwerkingsovereenkomst)

- Winkel promotie in VVV winkels in Schagen, Alkmaar, Bergen en Hoorn en via webshop van RVVV Hart en RVVV Kop van Noord-Holland
- Traffic van VVV website naar WFO website genereren door banner
- Deelname in online marketingcampagne voor nationale markt
- Artikel in Inforegiogids en als gadget wordt de brochure gratis meegegeven



### **Free publicity en kortingsacties met het veld**

Vanwege de beperkte communicatiebudgetten is free publicity een manier om veel mensen in één keer te bereiken. Het programmabureau zet zich zo goed mogelijk in om maximale aandacht voor de Westfrie Omringdijk te krijgen in lokale, regionale en landelijke media. Persberichten worden verstuurd n.a.v. belangrijk nieuws, aankomende evenementen en achteraf bij succesvolle evenementen. De focus in 2013 ligt minder op het zelf produceren van evenementen waardoor we minder free-publicity zullen genereren. Daarom wordt er dit jaar actief in gezet op het wegzetten van kortingen/vrijkaarten en andere acties bij diverse landelijke media.

## **4.2 Beleving**

### **Behorend bij doelstelling 2**

De verschuiving binnen het programmabureau is dat van een organiserende naar een regisserende organisatie, waarbij wij verbinden en promoten. We organiseren geen evenementen, behalve indien er additioneel sprake is van een projectafpraak. Wel blijven de bijeenkomsten met het veld bestaan, zie verbinding. De activiteiten, evenementen en thema weekenden die in het veld georganiseerd worden, worden door het programmabureau gecommuniceerd in de nieuwsbrieven, website, social media en door middel van free publicity.

### **Arrangementen**

De bestaande arrangementen zoals Puur Westfriesland, Varen Langs de dijk, het Blote bieten pad en bijvoorbeeld Blote Voeten pad worden benaderd om de samenwerking in 2013 opnieuw aan te halen. De arrangementen die ontstaan zijn naar aanleiding van Gastvrij Noord-Holland, Mix & Match en de cursus Landschapsambassadeurs van IVN worden nagebeld om enerzijds inbedding in de communicatiekanalen van de Westfrie Omringdijk te garanderen (website/nieuwsbrief/twitter-acties/Free publicity landelijk) en anderzijds de opname van huisstijlelementen van de Westfrie Omringdijk zeker te stellen.

### **Routes**

Eind maart wordt de nieuwe routefunctionaliteit op de website gepresenteerd. Onze bestaande routes, maar ook routes van partners kunnen daarmee op een aantrekkelijke wijze worden weergegeven.

### **Landschapsambassadeurs**

19 Recreatieondernemers uit de Westfrie Omringdijk mogen zich 'Ambassadeur van het landschap' noemen. De deelnemers hebben in de cursus kennis over landschap en natuur van Westfriesland opgedaan: over het ontstaan van het landschap, over de natuur- en cultuur. Als cursusopdracht hebben de deelnemende recreatieondernemers ook een route of arrangement rond het eigen bedrijf ontworpen met informatie over het ontstaan van het landschap, langs natuur en zichtbare landschap- en cultuurelementen. Dit product kunnen ze direct inzetten voor hun eigen gasten. Met het doorlopen van de cursus Ambassadeurs van het Landschap zijn de deelnemers opgeleid om hun gasten meer informatie over landschap en natuur door te geven, waarmee zij zich 'Ambassadeur' voelen. Een predicaat dat zij inzetten voor de promotie van hun eigen bedrijf en het prachtige landschap. Onder de deelnemers is ook een wedstrijd gehouden met als inzet het beste product. De groep van Fruitbedrijf 't Keetje, Camping Appelhoek en Wandelen & Slapen (alle drie gevestigd in het zuidoosten van Westfriesland), kregen de meeste punten. Zij hebben een wandelarrangement met elkaar ontwikkeld dat vanaf maart te boeken is. Alle routes en arrangementen van de deelnemers zijn te vinden via [www.westfrieomringdijk.nl](http://www.westfrieomringdijk.nl). Eem voorbeeld: Op en onder de bruggen van Langedijk. Prachtige vaar- en wandelroute (4 en 12 km) door Langedijk. Rijk der Duizend ontdekkingen. Boek dit 2-daagse arrangement bij B&B de Oude Koolschuur. In 2013 zullen we dit onder de aandacht brengen in onze uitingen.



### Belangrijkste evenementen gethematiseerd

Sport:	Ronde van de Westfrieze Omringdijk
Agri-toerisme:	Holland Food & Flowers, Landbouwtentoonstelling + Westfriesland Open en Pre-continental.
Recreatie:	Westfrieze Waterweken
Cultuur:	Westfrieze Folkore
Culinair:	Opperdoezer Ronde evenementen, een Omring waard

Vergaderingen/bijeenkomsten WFO
Landelijke dagen
Netwerk-bijeenkomsten
Evenementenkalender gemeenten
Highlights programmering

Januari	Beleidsmedewerkersbijeenkomst	16 januari
	Winterwandelingen, o.a. Hollands kroon	
	Inloop spreekuur WFO	30 januari
	Westfrieze sportverkiezing, op filmpje IJsselhof mee	13 januari
Februari	Ondernemersgala	7 februari
	Stuurgroep	13 februari
	Holland Food & Flowers	24 februari t/m 3 maart
	Skroiversgroep Hoogwoud	15 februari
Maart	Kick Off WFO met veld	27 maart
	Holland Food & Flowers	24 februari t/m 3 maart
	Een Omring Waard	nb
	Festival op Roet Hoorn, thema zoet zout brak	1, 2 en 3 maart
	Paasvee Schagen	20 maart
	MST Spannendste tijdreis	31 maart 1 april
	Erfgoeddag	8 maart
April	Opperdoezer Ronde uit de Kas	eind april
	Museumweekend	6 en 7 april
	Een Omring Waard	nb
	Ronde van Noord-Holland (Hoorn)	20 april en 21 april
	Bloemendagenmarkt Anna Paulwona	28-Apr
	Tijdreis langs de tulpenvelden MST	27 april t-m 5 mei
	Kernteam met beleidsmedewerkers	3 april 15.00
Inloop spreekuur WFO	24 april	
Mei	Fiets4daagse	2 t/m 5 mei
	Delta Lloyd Regatta	21 t/m 25 mei
	Mei themamaand Stoomidee Westfriesland Stoomtram en Fiets	Mei
	MST Historisch thema evenement	9 mei
	Medemblik Nautiek	25 mei



	Schager Tuinstad	26 mei
	Een Omring Waard	nb
	Fakkelrun Anna Paulowna	5 mei
	Koffietafel beleidsmedewerkers	22 mei
	Landje van pop, Enkhuizen	5 mei
	Interactieve sessie met het veld	15 mei
	Westfriese Tuinfair, Midwoud	18 t/m 20 mei
	Dag van het park ism recreatieparken Park van Luna	26 mei
	Westfriese Wieleromloop Wervershoof	26 mei
	Spannendste tijdreis met Pinksteren MST	19/20 mei
	Snarkpop Anna Paulwona	31 mei en 1 juni
	Jazzfestival Enkhuizen	30 mei t/m 2 juni
	Zomeravondwandelingen Oudendijk/ Enkhuizen	
Juni	Inloop spreekuur WFO	29 mei
	Wandel4daagse Alkmaar e.o	(oa Alkmaar/HHW)
	Opperdoezer Ronde van de Volle Grond	nb
	Music & Food event	1 en 2 juni
	Festival Oude Muziek Hoorn	7, 8 9 juni
	Hoornse stadsfeesten	14,15,16 juni
	Een Omring Waard	
	Sportfair Opmeer	16 juni
	Rabo fietstocht	8 juni
	Kaasmarkt, 10 donderdagen in Hoorn	Donderdagen
	Amusetour Enkhuizen	23 juni
	Korenfestival en kunstmarkt Medemblik	23 juni
	Outdoor Stereo Hoorn	29 juni
	Zomeravondwandelingen Oudendijk/Enkhuizen	
	Inloop spreekuur WFO	26 juni
	Drommedariswandeltocht	29-30 juni
	Kernteam met beleidsmedewerkers	12 juni 15.00
Juli	Ronde van de Westfriese Omringdijk	14 juli
	Precontinental + buitenfair Hoogwoud	19 t/m 21 juli
	Karavaan	juli
	Een Omring Waard	nb
	Dijkpop Andijk	13 juli
	Kaasmarkt, 10 donderdagen in Hoorn	Donderdagen
	Westfriese Folklore Schagen	Donderdagen
	Zomeravondwandelingen Oudendijk/Enkhuizen	
	Romantische zomermarkten Medemblik	Zondagen
Inloop spreekuur WFO	24 juli	
Augustus	Westfriese Waterweken	maand augustus
	Landbouwtentoonstelling	5 augustus
	Een Omring Waard	nb





	Zomerpop Hoogwoud Kaasmarkt, 10 donderdagen in Hoorn	31 augustus en 1 september Donderdag 30, 31 augustus en 1 september
	Weekend Kunst en cultuur Hoorn Westfriese Folklore Schagen	Donderdag
	Zomeravondwandelingen Oudendijk/Enkhuizen	
	Mixtream HHW	25 augustus
	Harddraverij Enkhuizen	31 augustus
	550 jaar Marktrechten Schagen	25 augustus
	Nachtmarkt Enkhuizen	30 augustus
	Inloop spreekuur WFO	28 augustus
September	open Monumentendagen, Macht & Praal	14 en 15 september
	Een Omring Waard	nb
	Harddraverij Schagen	2-Sep
	Boeiend festival Enkhuizen	7-8
	Speeldag NL Hoorn	15-Sep
	Harddraverij Medemblik	16-Sep
	Opening cultureel seizoen Cool HHW	21 en 22 september
	Kernteam met beleidsmedewerkers	4 september 15.00
	Inloop spreekuur WFO	18 september
Oktober	Herfstwandelingen o.a. Hollands kroon	
	Interactieve sessie met het veld	2 oktober
	Heksendag sprookjeswonderland	5 oktober
	Klipperrace Enkhuizen	12 13 oktober
	Tijdreis MST tijdens herfstvakantie	16 t-m 27 oktober
	Kerstshow Tuincentrum De Boet	Vanaf 27 oktober
	Inloop spreekuur WFO	30 oktober
November	Stuurgroep	20-Nov
	Snertpop, gemeente Medemblik	2-Nov
	Kamermuziekfestival Hoorn	1,2,3 nov
	Tijdreis met MST pakjesboot	17 nov/4 dec
December	Dickens kerstmarkt Medemblik	13-Dec
	Schagen on ice	vanaf 3 december
	Winteropenstelling Sprookjeswonderland	14 en 15 december
	Ijsbaan HHW	vanaf 13 december
	Aartswoud in Kerstsfeer	14 en 15 december
	Enkhuizen bij Kaarslicht	21 december
	Tijdreis naar de kerstman MST	21 t-m 29 december
	Oudejaarsdijkenloop Aartswoud	31-Dec
	Winteropenstelling Sprookjeswonderland	21 12 t/m 5 januari 2014



### 4.3 Verbinding

#### **Vergaderen**

Het programmabureau zorgt voor de structuur in het overleg door het organiseren van twee stuurgroepvergaderingen en vier kernteamvergaderingen per jaar. De kernteamvergaderingen worden uitgebreid met de aanwezigheid van de beleidsmedewerkers. Dit zal telkens plaatsvinden voorafgaand aan het deel van de kernteamvergaderingen waarbij de bestuurders aansluiten voor besluitvorming.

#### **Bijeenkomsten**

Het programmabureau organiseert jaarlijks een kick-off als start van het seizoen met overheid, bedrijfsleven (kanjers, wakers en derden) en culturele organisaties in Westfriesland voor bekendmaking jaarprogramma, binding en stimulering nieuwe producten en arrangementen.

Het programmabureau organiseert 2x per jaar een interactieve sessie met kanjers, wakers en andere cultuurtoeristische bedrijven en instellingen om samenwerking op te starten of te intensiveren.

Het programmabureau organiseert een maandelijks inloopuur bij voorzitter Elly Deutekom om organisaties te adviseren, te verbinden en/of te enthousiasmeren voor het programma.

#### **Presentaties**

Het bureau verzorgt presentaties bij toeristische platfora en ondernemersverenigingen in het gebied en sluit aan bij bijeenkomsten met toeristische attracties, zoals Zuiderzeemuseum, Museum Stoomtram, Sprookjeswonderland, oftewel toeristische attracties met slagkracht.

Het bureau is vertegenwoordigd bij bijeenkomsten als De Dag van de Westfrieze Ondernemer, het Ondernemersgala, Koppie doen, Leisure Board e.a.

#### **Metten = weten**

Het programmabureau en Rabobank Hoorn-Westfriesland Midden en Rabobank Westfriesland- Oost voeren de meting uit van economische effecten in de vrijetijdsindustrie in Westfriesland door Rabobank Nederland in 2010 - 2011 en 2013. Het onderzoek wordt begeleid met een afvaardiging vanuit het kernteam. Het programmabureau zorgt ervoor dat de resultaten bekend worden gemaakt bij de stakeholders.

#### **Recreatieschap Westfriesland**

De samenwerking wordt aangegaan in het bestaande fietsknooppunten netwerk en om samen tot een gemeenschappelijkheid in uitstraling te komen.

#### **Landschap Noord-Holland**

In 2013 wordt haalbaarheid onderzocht ism de Rabobank en Landschap Noord Holland voor het opzetten van een streekrekening en streekfonds voor de regio Westfriesland. De Westfrieze Omringdijk participeert in dit proces.

#### **Regionale VVV's**

Er zal een intensief contact met de RVVV's plaatsvinden op het gebied van online en offline bereiken van doelgroepen. Dit gebeurt in de vorm van uitgifte van de WFO brochure in de VVV winkels, plaatsen van een banner op de websites die doorlinkt naar de WFO website en het bekend maken van het aanbod in WFO via de andere VVV kanalen. Door het delen van kennis wordt de samenwerking kwalitatief verhoogd.



### **Nu Hier Noord-Holland**

Het programma Nu Hier Noord-Holland kent een gewijzigde opzet en zal zich voornamelijk richten op stimuleren van innovatie en samenwerking en het netwerken bevorderen. WFO wordt over het programma geïnformeerd en als het zinvol is kan geparticipeerd worden.

### **Leisure Board**

Met de programmamanager van Leisure Board zal contact onderhouden worden in verband met het speerpunt: positionering van de regio NHN voor de toeristische markt. WFO zal hier als regio deel van gaan uitmaken.

### **Westfries Genootschap**

Het Westfries Genootschap is ook in 2013 een samenwerkingspartner, waar we strategisch en projectmatig mee samenwerken.

### **Rustpunten**

Samenwerking met de organisatie van rustpunten, koppelen aan Kanjers van de Dijk, om fietsers en wandelaars van koffie of water bij de boer te voorzien.

### **Stimuleringsprijs**

Hier zoeken wij in 2013 een sponsor bij.



## 5. 2013 van maand tot maand

### Januari

#### Herkenning

- In januari wordt met de vormgever gekeken naar de aanpassingen en nieuwe wensen wat betreft de brochure en wordt een planning gemaakt wat betreft het aanleveren van teksten, correctieronden en drukproces. Wakers worden benaderd om hun tekst en beeld aan te leveren (mocht dit in het contract overeengekomen zijn). Verdere tekstuele en beeldaanpassingen worden geïnventariseerd.
- Er wordt een beknopt mediaplan geschreven over welke doelgroepen we met welke landelijke media en de bijbehorende aanbieding we willen bereiken. Ondernemers worden benaderd om kortingen en vrijkaarten te leveren. Hierin wordt ook een planning opgenomen wanneer welke actie wordt uitgezet waarbij de nadruk zal liggen op het voorjaar en de zomer.
- In januari worden de wijzigingen op de website doorgevoerd (aanpassingen homepage, mijn dijk, integratie social media). Daarnaast wordt een start gemaakt met het inpassen van de routefunctionaliteit en de website mobiel maken. Zowel de mobiele website als de routefunctionaliteit worden eind maart opgeleverd.
- Cultuurcompagnie Noord-Holland maakt de keuze op welke vijf evenementen UIT-in-Noord-Holland aanwezig zal zijn en daarbij ook WFO zal promoten. In ieder geval VRIJ-evenement en de Uitmarkt Amsterdam behoren tot die vijf.
- In januari wordt onderzocht welke bekende Nederlanders in aanmerking zouden komen om ambassadeur te worden van het programma 2013-2015

#### Beleving

- In januari wordt een actie met ambassadeur Ron Blaauw opgestart tijdens een (culinair) evenement in seizoen 2013.
- In samenwerking met recreatieschap Westfriesland wordt start gemaakt realisatie i-tours fiets en/of wandel en/of vaarroutes door programmamangers.
- Met een aantal kanjers wordt een culinaire stand besproken op Holland Food and Flowers.
- Zie evenementenkalender

#### Verbinding

- In januari 2013 wordt het uitvoeringsprogramma verder uitgewerkt met de beleidsmedewerkers van de betrokken gemeenten.
- De kanjers van de dijk worden heroverwogen. Er worden enkele kanjers vervangen door nieuwe kanjers van de dijk, op basis van de wederkerigheid in promotie. Hiertoe is in de bijlage de nieuwe lijst met Kanjers van de Dijk 2013 toegevoegd.
- In januari wordt het vergaderschema + het schema voor de interactieve sessies, inloopsprekuren opgesteld.
- Werving externe financiering voor additionele projecten opstarten

### Februari

#### Herkenning

- De teksten voor de nieuwe brochure worden aangepast en locaties worden aangevuld met eventuele nieuwe locaties. Brochure gaat naar vormgever en na een aantal correctieronden zal de brochure eind februari naar de drukker gaan.
- Naar aanleiding van het mediaplan worden in februari de media benaderd om te kijken of er interesse is en zodat we hun een aanbieding kunnen doen.



### Beleving

- Er wordt met de Kanjers van de dijk een plaats ingericht ter promotie van de kanjers en de WFO op Holland Food & Flowers.
- Zie evenementenkalender
- Actie met ambassadeur Ron Blaauw: de doop van de Blaauw Bloemkool op Holland Food & Flowers

### Verbinding

- In februari wordt het convenant in de colleges behandeld. Op 13 februari wordt het convenant ondertekend door de bestuurders en de betalende partners.
- Ondernemersgala, Het programmabureau is vertegenwoordigd bij het Ondernemersgala.
- Er wordt een aanvraag voor gemeente Alkmaar gemaakt tbv de Ronde van de Westfriese Omringdijk.
- Inloopspreekuur op de laatste woensdag van de maand.
- In februari wordt er actief met de Wakers gesproken over de samenwerking in 2013 en de verder invulling
- De grote attracties in westfries verband worden benaderd om gezamenlijk mee te opereren.
- Werving externe financiering voor additionele projecten, specifiek voor opperdoezer Ronde en Ronde van de Westfriese Omringdijk

### Maart

#### Herkenning

- In maart moeten alle routes worden ingevoerd in het nieuwe routesysteem. Ook moet de mobiele website van content worden voorzien en alle veranderingen op de huidige website helemaal klaar zijn.
- De lokale en regionale pers ontvangen een uitnodiging voor de seizoensopening.
- De brochure, mobiele website en de nieuwe routefunctionaliteit worden tijdens de seizoensopening gepresenteerd.
- Na de seizoensopening zal een persbericht worden verstuurd naar de lokale en regionale pers waarin de seizoensopening centraal staat en wij de nieuwe producten ook naar de pers presenteren.
- Van maart tot september worden de acties en verdere content aangeleverd bij de landelijke media volgens de gemaakte afspraken.
- Facebook en twitter acties
- Typografie Kanjer op Poldermuseum
- Start routeduiding op basis van fietsknooppunten netwerk op de dijk
- Informatieverzamelen en uitschrijven teksten Uitwaaier

### Beleving

- Zie evenementenkalender
- Aanwezigheid Kanjers op Holland Food & Flowers
- Kick off als start van het seizoen in Poldermuseum te Heerhugowaard

### Verbinding

- Het seizoen wordt officieel ingeluid door de traditiegetrouwe kick off bijeenkomst, ditmaal in Heerhugowaard
- Inloopspreekuur op de laatste woensdag van de maand.



## April

### Herkenning

- Begin april distributie brochure + kanjers ontvangen instructie huisstijl + inlog Uit-in-Noord-Holland
- Start van de maandelijks publieksnieuwsbrief
- Facebook en twitter acties
- Vormgeven en correctie rondes voor WFP pagina's Uitwaaier
- Inforegiogids
- Distributie bij ATCB NBTC via VVV

### Beleving

- Zie evenementenkalender
- Opperdoezer Ronde al highlight

### Verbinding

- Inloopspreekuur op de laatste woensdag van de maand.
- Route langs de kanjers en de landschapsambassadeurs/gemeenten voor uitrollen huisstijl, contact en hulp
- Kernteamoverleg

## Mei

### Herkenning

- Publieksnieuwsbrief
- Verdere distributie
- Verschijning Uitwaaier
- Facebook en twitter acties op basis van contact in het veld + evenementenkalender, landelijke campagnes zoals Museumweekend, open monumentendagen etc,

### Beleving

- Zie evenementenkalender
- Fiets4daagse en Dga van het Park als highlight

### Verbinding

- Inloopspreekuur op de laatste woensdag van de maand.
- Route langs de kanjers en de landschapsambassadeurs/gemeenten voor uitrollen huisstijl, contact en hulp
- Interactieve sessie met het cultuurtoeristische veld

## Juni

### Herkenning

- Publieksnieuwsbrief
- Verdere distributie
- Facebook en twitter acties op basis van contact in het veld + evenementenkalender, landelijke campagnes

### Beleving

- Zie evenementenkalender
- Wandel4daagse en Opperdoezer Ronde, hoornse stadsfeesten als highlight

### Verbinding

- Inloopspreekuur op de laatste woensdag van de maand.



## Juli

### Herkenning

- Publieksnieuwsbrief
- Facebook en twitter acties op basis van contact in het veld + evenementenkalender, landelijke campagnes
- Verdere distributie

### Beleving

- Zie evenementenkalender
- Ronde van de Westfriese Omringdijk, Westfriese Folklore en Precontinental als highlight

### Verbinding

- Inloopspreekuur op de laatste woensdag van de maand.

## Augustus

### Herkenning

- Publieksnieuwsbrief
- Verdere distributie
- Facebook en twitter acties op basis van contact in het veld + evenementenkalender, landelijke campagnes
- Uitmarkt Amsterdam

### Beleving

- Zie evenementenkalender
- Westfriese Waterweken en Landbouwtentoonstelling als highlight

### Verbinding

- Inloopspreekuur op de laatste woensdag van de maand.
- Waterweken en Landbouwtentoonstelling als netwerk voor WFO

## September

### Herkenning

- Publieksnieuwsbrief
- Verdere distributie
- Vrij-event
- Facebook en twitter acties op basis van contact in het veld + evenementenkalender, landelijke campagnes

### Beleving

- Zie evenementenkalender
- Open monumentendagen als highlight

### Verbinding

- Inloopspreekuur op de laatste woensdag van de maand.
- Kernteam overleg



## **Oktober** **Herkenning**

- Facebook en twitter acties op basis van contact in het veld + evenementenkalender, landelijke campagnes

## **Beleving**

- Zie evenementenkalender

## **Verbinding**

- Inloopspreekuur op de laatste woensdag van de maand.
- Interactieve sessie met het veld, ook om plannen 2014 alvast voor te bespreken: wensen/kansen.

## **November**

### **Beleving**

- Zie evenementenkalender

### **Verbinding**

- Schrijven eerste aanzet program 2014
- Stuurgroep overleg: evaluaeren van het programmam 2013 en vooruitblik 2014
- Facebook en twitter acties op basis van contact in het veld + evenementenkalender, landelijke campagnes

## **December**

### **Herkenning**

- Laatste nieuwsbrief met terugblik op 2013 en nieuwjaarswens.
- Facebook en twitter acties op basis van contact in het veld + evenementenkalender, landelijke campagnes

### **Beleving**

- Zie evenementenkalender

### **Verbinding**

Uitwerken uitvoeringsprogramma 2014





## Bijlage 1: Rollen en taken bij organogram

### Aansturing en advies

#### Programmamanager CCNH 100 uur

- Eindverantwoordelijk voor resultaten/budget/personeel programma
- Strategisch meerjarig beheer van partners: gemeenten, Rabobanken, HHNK, groter bedrijfsleven
- Continuering financiering
- Representatie binnen netwerk
- Inhoudelijk bewaken programma
- Samenwerking grote attracties/partijen tbv landelijke exposure
- Werven van en afspraken concretiseren met Wakers van de Dijk
- Werven van en afspraken concretiseren met Ambassadeurs
- Betrekken bedrijfsleven
- Meten = weten
- Externe financiering voor additionele projecten
- Koppeling culturele ontwikkelingen
- Fysieke herkenning dmv Omringdijkbankjes en routeduiding

#### Pogramma-adviseur ONHN 50 uur

- Strategisch meerjarig beheer van partners: gemeenten, Leisure Board, KvK, ONHN, groter bedrijfsleven
- Representatie binnen netwerk
- Inhoudelijk bewaken programma
- Strategisch advies op gebied van vrijetijdsindustrie en bekend maken van ontwikkelingen binnen deze sector

### Uitvoering

Het uitvoerend team: de projectleider, projectmedewerker en communicatie-medewerker werken nauw samen. Hierin worden zij bijgestaan door de regionale VVV's als promotiepartner. De projectmedewerker zal ook een aantal communicatie werkzaamheden uitvoeren, aangezien de projectmedewerker veelal in Westfriesland zelf opereert en in direct contact met het veld staat. Zodoende is de projectmedewerker op de hoogte van actualiteiten en kan zij snel inspelen op acties/evenementen/wetenswaardigheden van het veld op facebook en twitter. Dit biedt tevens de mogelijkheid om tot snelle korting/vrijkaarten acties over te gaan. Dit zal in nauw overleg met de communicatie-medewerker gebeuren.

#### Projectleider Zorro 320 uur

- Behalen resultaten programma
- Aansturen programmateam, bestaande uit communicatie-medewerker, projectmedewerker en promotiepartner VVV
- Presenteren in netwerk, met name toeristische platfora
- Organiseren bijeenkomsten tbv partners, mn. kick off, inloopsprekuren, interactieve sessies met het veld
- Netwerk activeren/ betrokkenheid cultuurtoeristisch veld
- Beleidsmedewerkers informeren en betrekken bij koers programma, inbedding in gemeentelijk beleid, organiseren koffietafels
- Stuurgroep en kernteam vergaderingen voorbereiden en beleggen
- Jaarprogramma opstellen en bewaken



- Planning opstellen en bewaken en team op aansturen
- Uitvoering afspraken Wakers en ambassadeurs
- Budgetbeheer
- Evalueren

**Communicatie-medewerker CCNH      Bureamedewerker 410 uur**

- Beheren, bewaken, produceren huisstijl en vaste on-offline middelen
  - Brochure hernieuwde versie ontwikkelen
  - Website mobiel ontwikkelen, met routemodule
  - Nieuwsbrieven
- Mediaplan schrijven
- Social mediabeleid schrijven en bewaken, gedeelte uitvoeren
- Communicatiegedeelte opstellen jaarprogramma + evaluatie
- Beheer communicatiebudget
- Persberichten
- Website bijhouden
- Uitvoering CCNH acties, dwz Uitwaaier/RTVNH/Uitmarkt/beurzen
- Landelijke verspreiding van de brochure op beurzen en via CCNH kanalen
- Free publicity: het verhaal van Westfriesland, regiopromotie
- Twee succesvolle promotie media-acties opzetten en uitvoeren
- Ondersteuning bijeenkomsten promotioneel
- Mobiele applicatie realiseren
- De invoer in Uit in NH wordt door medewerker Uit in NH gedaan, onder toezicht communicatie-medewerker

**Projectmedewerker Zorro**

**Veld-medewerker 320 uur**

- Productionele ondersteuning
- Secretariele ondersteuning
- Het veld in, langs gemeenten, kanjers en landschapambassadeurs
- Distributie materialen bij kanjers en gemeenten
- Huisstijl bij kanjers en gemeenten uitrollen door fysiek langs te gaan
- Input nieuwsbrieven leveren aan communicatie-medewerker
- Free publicity: kortingsacties ism veld aan media koppelen ism CCNH
- FB + twitter acties

**Projectmedewerkers Regionale VVV      Promotie-partner**

- Promotie programma WFO bij bewoners en bezoekers van de regio
- Landelijke verspreiding van de brochure op beurzen/ATCB/NBTC
- Verspreiding brochure met inforegiogids
- Stimuleren meerdaags verblijf door vermarkting reeds bestaande sterke arrangementen met WFO merk
- Interactie kust en Westfriesland recreatie, o.a dmv brochure in winkels en informatiekantoren van de VVV's.
- Actief WFO merk laden op facebook en twitter en op eigen websites
- WFO meenemen in online marketingcampagne voor nationale markt



## Bijlage 2: Kanjers van de dijk 2013

Kanjers van de Dijk	Gemeente	opmerking d.d. 26-09-2012
1 <u>Maartje Cornelis Hoeve</u>	<u>Hollands Kroon</u>	gemaild met vraag vermelding doet op dit moment heel veel niet een actieve samenwerking mee doen heel veel voor ons goede partij, nog meer mee doen goede partij, nog meer mee doen
2 <u>De Boereplaats</u>	<u>Harenkarspel</u>	
3 <u>De Tjallewal</u>	<u>Schagen</u>	
4 <u>Villavakantiepark Ijsselhof</u>	<u>Medemblik</u>	
5 <u>Campingpark de Bongerd</u>	<u>Harenkarspel</u>	
6 <u>Grand Cafe Turf</u>		
7 <u>Eetcafe Les Deux Ponts</u>	<u>Koggenland</u>	
8 <u>Cafe De Buren</u>	<u>Stede Broec</u>	blijven, helpen om op website te plaatsen idem als Raat
9 <u>Bakkerij Raat</u>	<u>Hoorn</u>	
10 <u>Opperdoezer Ronde toko</u>	<u>Medemblik</u>	
11 <u>Fruittwekerij ' Keetje</u>	<u>Drechterland</u>	helpen om op website te plaatsen als dia in voorprogram en als programmaonderdeel helpen om op website te plaatsen
12 <u>Wijngaard Saalhof</u>	<u>Medemblik</u>	
13 <u>Zorgboerderij de Schapenstreek</u>	<u>Stede Broec</u>	
14 <u>Cinema Oostereiland</u>	<u>Hoorn</u>	
15 <u>Imkerij de Bijenstal</u>	<u>Medemblik</u>	zelf meer mee doen
16 <u>Vlindertuin Vlindorado</u>	<u>Harenkarspel</u>	
17 <u>Visafslag Enkhuizen</u>	<u>Enkhuizen</u>	blijven, helpen om op website te plaatsen blijven, helpen om op website te plaatsen blijven, helpen om op website te plaatsen blijven, helpen om op website te plaatsen
18 <u>Museumboerderij West-Frisia Bakkerijmuseum 'de Oude Bakkerij'</u>	<u>Opmeer</u>	
19 <u>Bakkerij'</u>	<u>Medemblik</u>	
20 <u>Museum Surmerhuizen</u>	<u>Harenkarspel</u>	
21 <u>Poldermuseum Heerhugowaard</u>	<u>Heerhugowaard</u>	
22 <u>Zuiderzeemuseum</u>	<u>Enkhuizen</u>	
23 <u>Museum Broeker Veiling</u>	<u>Langedijk</u>	
24 <u>Wijngaard de Swanenplaats</u>	<u>Drechterland</u>	
25 <u>Restinn Aartswoud</u>	<u>Medemblik</u>	
26 <u>Tjalk Aquarius</u>	<u>Hollands Kroon</u>	
<b>Voorstel nieuwe kanjers</b>		
1 <u>Schouwburg Het Park</u>	Hoorn	
2 <u>Het Postkantoor</u>	Stede Broec	
3 <u>Museum Stoomtram</u>	Hoorn	
4 <u>Manuelhoeve</u>	Opmeer	
5 <u>Sprookjeswonderland</u>	Enkhuizen	
6 <u>Golfbaan t Regthuys</u>	Hollands Kroon	
7 <u>Westflinge-Verborgten parelroute</u>	Langedijk	
8 <u>VVV Schagen (Slot)</u>	Schagen	
9 <u>Herberg Ijsselmeer</u>	Drechterland	



### Bijlage 3: resultaten nav werksessie 9 november 2012

#### Actie ondernemers zelf

<b>middel/actie</b>	<b>opmerking</b>	<b>acties</b>	<b>voorbeelden</b>
social Media	optimaler inzetten	ondernemers zelf ook actief met retweeten en likes en mededelingen op fanpage	
promotie/beurzen	gezamenlijk optrekken/investeren	ondernemers gezamenlijk met coordinatie van VVV/Jeroen Kor	
promotiepartners	ontbreken van sterke partners	ondernemers zijn allemaal promotiepartners, zie voorbeeld stoommachine museum + samenwerking VVV wordt groter	
productontwikkeling	arrangementen ontwikkelen	WfO organiseert werksessies, zodat ondernemers elkaar makkelijk kunnen vinden.	open WF dag zoals museumnacht Asd. Gidsen in klederdracht met dialect leiden groepen rond
communicatie (intern)	bij organiseren van evenementen WfO erbij betrekken	persbericht of bericht met informatie naar info@westfrieseomringdijk.nl	
intersectoraal	teveel gericht op cultuur, wfo is cultuurtoeristische promotie	zelf actief uitdragen	
identiteit	onbekendheid van en te weinig trots op WfO bij bewoners, en zij verbinden Wf niet aan de dijk	bij het geven van lezingen, excursies etc. WfO actief meenemen en toepassen	
ambassadeurs	echte Westfriezen en 1 ipv 4	ondernemers zijn allemaal zelf ambassadeurs van WfO bij gasten, in zakelijke en persoonlijke netwerk	
samenwerking	betere handvatten ontwikkelen om samenwerking te bevorderen	actief meedoen aan dit soort bijeenkomsten/werksessies of andere activiteiten in het kader van WfO	
programma WfO	3 jaar te kort / mooi dat overheid zich weer voor 3 jaar commiteert	Als ondernemers bij gemeente aangeven dat u dit programma belangrijk vindt	
promotie/kanjers	alle aanbod promoten niet alleen op of aan dijk	bij productontwikkeling zoals een route of een arrangement zoveel mogelijk ander aanbod meenemen. Dat versterkt het eigen aanbod en de bekendheid van Wf in totaal	WfO neemt aanbod mee in brochure die positionering van WfO versterken, geografisch en qua soort aanbod optimaal verdeeld.



<b>Actie programmabureau WFO</b>			
<b>middel/actie</b>	<b>opmerking</b>	<b>acties</b>	<b>voorbeelden</b>
communicatiemiddel en	consument gericht, meer aan SEO doen, actiever en actueler maken	optimaliseren binnen budget en doelstellingen	
social media	optimaler inzetten	optimaliseren binnen budget en doelstellingen	
huisstijl	logo moeilijk leesbaar voor ouderen	beter toegankelijkheid zou imago verbeteren (toolkit is te complex). Actief ondersteunen bij gebruik	
promotie	niet alleen kanjers op/aan de dijk maar alle bedrijven promoten	kanjers moeten niet alleen voordeel hebben maar er ook zichtbaar iets voor doen, zij zijn een voorbeeld voor de rest	
distributie	brochure op meer plaatsen verkrijgbaar	WfO zal brochure breder beschikbaar stellen, duidelijke behoefte	
ambassadeurs	echte Westfriezen en 1 ipv 4,	bekijken welke ambassadeurs beschikbaar willen blijven/worden	Ronald en Frank de Boer
communicatie	in alle communicatie dijk meenemen	primair taak ondernemers om huisstijl elementen toe te passen in eigen communicatiemiddelen maar WfO zal faciliteren/initieren	toolkit lijkt te ingewikkeld, eenvoudiger maken of beter toelichten
werksessies	Wakers en stimuleringsprijs niet bekend genoeg	wfo faciliteert en organiseert	
	stimuleren van samenwerking tussen ondernemers-overheid-organisaties	wfo faciliteert en organiseert	streekproducten,
	betere verbinding van evenementen	wfo faciliteert en organiseert	verwijzen naar elkaar, gezamenlijke promotie, 1 communicatiemiddel
	samen productontwikkeling, alert en enthousiast houden van elkaar, regelmatig contact bevordert dat	wfo faciliteert en organiseert	
	intersectoraal samenwerken	wfo faciliteert en organiseert	sport (golf), cultuur, verblijf, dagattracties etc.



## Bijlage 4: Social Media Algemeen

Programma Westfriese Omringdijk beschikt momenteel over een Twitter en Facebookaccount. In 2011 en 2012 is voornamelijk ingezet op Twitter. In 2013 willen we deze inzet intensiveren en ook meer aandacht schenken aan Facebook. Bij beide media valt nog een hoop te winnen.

### Doelgroep

#### *Primaire doelgroep*

- Consument: (potentiële) bezoekers/toeristen (zie marketingdoelgroep in hfst. 1)
- Partners: partners uit convenant, Kanjers van de dijk, Wakers van de dijk, cultuurtoeristische ondernemers in Westfriesland etc.

#### *Secundaire doelgroep*

- Media: regionale en landelijke media die via social media op de hoogte blijven en nieuws vergaren over de activiteiten van het programma.

### Doelstellingen social media

- Communiceren van eigen werkzaamheden: informatie verstrekken, eigen activiteiten promoten, nieuws delen etc.
- Activiteiten en nieuws van partners promoten (verbinding)
- Relatiebeheer: in contact komen met de doelgroep en daarmee ook in gesprek gaan.
- Doelgroep vergoten (nieuwe leden van de sociale netwerken)
- Naamsbekendheid vergroten
- Doelgroep verleiden tot actie over te gaan:
  - Projectactiviteiten/ activiteiten van partners bezoeken
  - Mee te doen aan acties (die bezoek tactiviteiten weer bevorderen)
- Op de hoogte blijven van wat er speelt in het veld (volgen van partners, toeristische instellingen, media)

### Kwantitatieve doelstellingen

Medium	Jan. 2012	Jan. 2013	Doel 2013
<b>Twitter (volgers)</b>	204	480	600
<b>Facebook (likes)</b>	52	102	175

- In het hoogseizoen (april t/m september) worden er minimaal 10 Tweets per maand verstuurd.
- In het hoogseizoen wordt er paar maand minimaal 1 actie via 1 van de social media (in combinatie met de nieuwsbrief) uitgezet.
- Per maand worden er minimaal 5 nieuwe berichten/ activiteiten op Facebook gezet en/of beeldmateriaal gedeeld.

### Redactie 2013

Marleen, Jeanneke, Kim

Afstemming door voor het plaatsen van een nieuw bericht de berichtenlijst door te kijken, zo voorkom je dubbelingen.



### **Gebruikerscode**

Interactie via social media vraagt redactie: de boodschap naar buiten is in intentie altijd positief! Er wordt gesproken vanuit het project/ het programmabureau. Bekijk de boodschap met de ogen van buitenaf en houd het grotere belang van het programma in gedachten. Belangrijk is dat ook de consument die het programma nog niet goed kent, begrijpt waar het over gaat.

### **Inzet Twitter**

Twitter is het middel om realtime korte, vluchtige (nieuwsberichtjes) te verspreiden onder een doelgroep die heeft aangegeven (zij volgen jou) daarin geïnteresseerd te zijn. Twitter is uitermate geschikt voor het promoten van activiteiten, verspreiden van nieuwsberichtjes en leuke achtergrondinformatie (informerende, opwekken van interesse). Ook kan door middel van links met Twitter het websitebezoek worden bevorderd.

### **Activiteiten 2013**

- Regelmatig twitteren van nieuwsberichten en (nieuwe) activiteiten.
- Reageren op tweets met betrekking tot Westfriese Omringdijk; bedanken, beantwoorden van vragen of andere leuke reacties.
- Retweten van tweets van anderen die betrekking hebben op Cultuurcompagnie. Berichten die Westfriese Omringdijk kan retweeten
  - Berichten van andere projecten van Cultuurcompagnie die een link hebben met het programma
  - Berichten over Westfriese Omringdijk van collega's die vanuit een privéaccount twitteren (Jeanneke, Ellen, Rob etc.). Let op dat de boodschap duidelijk is voor onze doelgroep!
  - Berichten van partners/ culturele en toeristische instellingen over bijvoorbeeld hun activiteiten
  - Berichten van bezoekers van 1 van de activiteiten van Cultuurcompagnie
- Uitzetten van speciale acties en kortingen voor Twittervolgers (in combinatie met de nieuwsbrief)
- De Twitteraccount ook communiceren via andere middelen (naast de website, brochure en nieuwsbrief waarin dit nu al gebeurt)
  - Opnemen in e-mailhandtekening
  - Twitter icoon of link opnemen in aanmeldingsbevestiging nieuwsbrief
- Vieren van aantal volgers (ronde getallen delen en volgers bedanken). Bedank ook volgers die jouw berichten retweeten. Helemaal wanneer je hier tot hebt opgeroepen (call to action) door 'please RT' aan je bericht toe te voegen.
- Gebruiken van #hashtags voor specifieke onderwerpen, evenementen, locaties of acties waardoor gebruikers je beter kunnen vinden door op dit onderwerp te zoeken. Gebruik nooit meer dan drie hashtags in één bericht: dit wordt gezien als SPAM (zoekmachines).

Mogelijke #hashtags voor Westfriese Omringdijk:

- #WestfrieseOmringdijk
- #Toerisme
- #Kanjersvandedijk
- #Wakersvandedijk
- #Westfriesland



## Inzet Facebook

Meer dan Twitter is Facebook uitermate geschikt om interactiviteit met de doelgroep te bevorderen. Fans kunnen reageren op berichten, in gesprek gaan met anderen die Westfriese Omringdijk leuk vinden, kortingen en aanbiedingen winnen en verleid worden om activiteiten van Westfriese Omringdijk en haar partners te bezoeken.

### Activiteiten 2013

- Regelmatig nieuws en activiteiten via Facebook delen.
- Agenda actueel houden door activiteiten en evenementen van Westfriese Omringdijk daar in te zetten
- Uitzetten van speciale acties en kortingen voor Facebook fans (in combinatie met de nieuwsbrief)
- Reageren op reacties en vragen van fans
- Plaatsen van afbeeldingen op Facebook van de eigen evenementen zodat publiek zichzelf terug kan zien op Facebook. Op de afbeeldingen ook mensen 'taggen' en uitnodigen om andere te taggen.
- Facebook (fanbox) communiceren via andere middelen (naast website en nieuwsbrief waarin dat al gebeurt)
  - Ook Facebookadres opnemen in de brochure
  - Facebookadres opnemen in e-mailhandtekening