



**PARTNERPLAN 2022**

## **SAMENWERKEN AAN DUURZAAM HERSTEL, FOCUS EN GROEI**

Na twee jaar met COVID19-restricties blijft het doel van de onderstaande activiteiten en campagnes bij te dragen aan het duurzaam herstel en groei van dag- en verblijfsrecreatie in het Westland.

Meer dan voorheen zal van partners, voor de start van het seizoen, gevraagd worden zich uit te spreken wat ze van Bezoek Westland verwachten. Deze nieuwe aanpak plaatst partners meer in de rol van opdrachtgever en Bezoek Westland in de rol van opdrachtnemer. Over het doel en de werkwijze leest u meer verderop in dit Partnerplan.

Bezoek Westland investeert opnieuw flink, in tijd en in geld, om dag- en verblijfstoerisme naar het Westland te bevorderen. Als partner profiteert u van die inspanningen.

# PARTNERPLAN 2022

## 1. Basispakket

- Vermelding op [www.bezoek-westland.nl](http://www.bezoek-westland.nl)
- Evenementen zichtbaar in agenda (1 per week)
- Ontvangen nieuwsbrief (min. 6x per jaar)
- Uitnodiging voor partnerbijeenkomsten (min. 3x per jaar)
- Uitnodiging voor (betaalde) masterclasses (min. 2x per jaar)
- Mogelijkheid tot aanmaken fiets- en wandelroutes op [route.nl](http://route.nl)
- Vermelding in blogposts (indien relevant)
- Sponsored post op FB met link naar blogpost (indien relevant)
- Delen van Instagram posts in Stories van Bezoek Westland (gedurende het jaar)

€ 150

## 2. Campagnes

Specifieke campagnes worden op basis van input van partners uitgewerkt en ter goedkeuring voorgelegd aan de partners. In samenspraak wordt de financiële bijdrage per campagne van zowel de partners als Bezoek Westland vastgesteld.

€ In overleg

## 3. Toeristische plattegrond

In 2022 wordt een nieuwe versie van de toeristische plattegrond van Bezoek Westland gedrukt. De plattegrond wordt in een oplage van 25.000 stuks gedrukt. Dit is meer dan voorheen (20.000 stuks) zodat de plattegrond op meer plekken verspreid kan worden.

€ 175,00

## 4. Promotiekrant

In 2022 maakt Bezoek Westland een promotiekrant die in een oplage van 108.000 huishoudens in de regio verspreid wordt.

vanaf € 175

# TOELICHTING PARTNERPLAN 2022

Als partner profiteert u van de activiteiten en diensten van Bezoek Westland. Een groot aantal van die voordelen is onderdeel van het 'basis partnerschap'. Daarnaast is Bezoek Westland ook gesprekspartner van de gemeente Westland op het gebied van toerisme en recreatie.

## 1. VOORDELEN BASISPAKKET PARTNERSCHAP

### Vermelding op website

- Partnerpagina: u krijgt een eigen pagina met bedrijfsprofiel (foto + tekst) op [www.bezoek-westland.nl](http://www.bezoek-westland.nl)
- Agenda: publicatie en promotie van evenementen via de agenda op de website (max. 1 per week) en de online (social) media-kanalen van Bezoek Westland.

### Beeldbank

U krijgt toegang tot een beeldbank met campagnefoto's van Bezoek Westland om optimaal te kunnen inhaken op gezamenlijke initiatieven.

### Toeristische bewegwijzering

We nemen u mee in de plannen voor toeristische bewegwijzering voor het gebied, waarmee gemeente en ondernemers samenwerken aan de recreatieve uitstraling van het Westland.

### Digitale nieuwsbrief

U ontvangt een digitale nieuwsbrief van Bezoek Westland, waarmee u op de hoogte blijft van activiteiten, acties, aanbiedingen en ander nieuws.

### Online routes

U kunt, indien gewenst, vermeld worden in online fietsroutes die via een landelijk online platform zichtbaar worden gemaakt.

### Partnerbijeenkomsten

Wij nodigen u uit voor verschillende partnerbijeenkomsten, o.a.:

- Partnercafés (min. 3x per jaar)
- (Betaalde) masterclasses (min. 2x per jaar)

## 2. CAMPAGNES

In 2022 organiseert Bezoek Westland drie generieke campagnes: een voorjaarscampagne, een zomercampagne en een najaarscampagne. In deze campagnes worden alle partners van Bezoek Westland meegenomen (vanuit de basis partnerbijdrage, dus zonder extra kosten). Meer dan voorheen richt Bezoek Westland zich ook op de inwoners van het Westland, voor wie het aanbod ook relevant is.

Daarnaast organiseert Bezoek Westland in 2022 een aantal specifieke campagnes op verzoek van partners. Reden hiervoor is dat in voorgaande jaren niet op alle campagnes werd ingeschreven door partners. Daardoor bleef een kans om samen te werken aan zichtbaarheid tussen Bezoek Westland en de partners uit, terwijl er door Bezoek Westland wel budget was gereserveerd voor die specifieke campagne.

Om ervoor te zorgen dat we in 2022 doen waar de partners behoefte aan hebben, legt Bezoek Westland deze vraag, voorafgaand aan het seizoen, aan alle partners voor middels een enquête. De antwoorden worden gebruikt om een beperkt aantal specifieke campagnevoorstellen te maken die concreet aansluiten op de geuite wensen van partners. Partners krijgen de mogelijkheid om te reageren op de campagnevoorstellen en daar aanvullende suggesties voor te doen.

Het doorgaan van campagnes hangt uiteindelijk af van hoeveel partners meedoen en hun financiële bijdrage. De financiële bijdrage per campagne door Bezoek Westland zal op basis daarvan bepaald worden. In iedere specifieke campagne zal de mogelijkheid zijn om ook met een kleine beurs mee te doen en te profiteren van de extra zichtbaarheid. Een grotere financiële bijdrage zal uiteraard ook meer zichtbaarheid met zich meebrengen.

### **Doel van deze aanpak is 4-ledig:**

- Aan te sluiten bij de wensen van de partners
- De onderlinge samenwerking te vergroten
- De slagkracht en zichtbaarheid van campagnes te vergroten door bundeling van inspanningen en financiën
- On- en offline mogelijkheden te creëren die we los van elkaar niet voor elkaar krijgen

## Opzet specifieke campagnes

### Basis

De basisopzet van specifieke campagnes ziet er als volgt uit:

- Een landingspagina met zichtbaarheid voor deelnemende partners.
- Een online promotiecampagne op Facebook en Instagram.

### Optioneel

De basisopzet kan, afhankelijk van de wensen en het beschikbare budget, per campagne, aangevuld worden met de onderstaande campagneonderdelen, bijv.

- Promotievideo
- Campagnefoto's
- Inkopen van ruimte op relevante websites of in magazines
- Inschakelen van één of meerdere influencers
- Advertentieruimte in regiokranten
- Radiospot bij Omroep West, Omroep Rijnmond of de WOS
- Flyers/ folders (incl. verspreiding)
- Online wandel- en/of fietsroutes
- Blogs/ vlogs/ IG reels

### Bijdrage partner

We willen zoveel mogelijk partners de kans geven om deel te nemen aan en te profiteren van de zichtbaarheid van campagnes. Door voor kleinere en grotere bedragen te kunnen aanhaken willen we dat mogelijk maken. Het verschil in financiële bijdrage aan campagnes per partner, kan bijvoorbeeld bestaan uit:

- Grotere of kleinere vermelding op de landingspagina
- Kunnen doorklikken naar een specifiek aanbod/actie vanaf de landingspagina
- Zichtbaarheid/naamsvermelding in de optionele campagneonderdelen (bv. in een promotievideo, advertentie of radiospot)

### 3. TOERISTISCHE PLATTEGROND

De toeristische plattegrond van Bezoek Westland helpt bezoekers hun weg te vinden naar de meest populaire toeristische bestemmingen in Westland, zowel aan de kust als in en rond de kernen. De plattegrond toont op één zijde een grote overzichtskaart van Westland (inclusief een overzicht van de belangrijkste monumenten en evenementen) en op de andere zijde een presentatie van deelnemende partners (middels een foto-/tekstblok). Deze fullcolour plattegrond wordt zeer gewaardeerd door bezoekers.

#### **Aanbod:**

- Zichtbaarheid met een foto-/tekstblok (inclusief NAW)
- Oplage: 25.000 stuks (+ 5.000 t.o.v. 2019)
- Verspreiding: via de deelnemende partners en aanvullende publieke locaties en toeristische partners in de regio
- Maximaal aantal beschikbare plekken: 54 (+ 2 t.o.v. 2019)

#### **Kosten**

- 175 euro

## 4. PROMOTIEKRANT

In 2022 zoeken we opnieuw zichtbaarheid in de regio. Net als in 2019 doen we dit met een eigen promotiekrant.

In samenwerking met WestMedia wordt een promotiekrant ontwikkeld die in een oplage van 108.000 stuks verspreid wordt in de regio. In overleg met partners wordt het verspreidingsgebied vastgesteld.

Partners kunnen deelnemen door het plaatsen van een advertentie en door het insturen van activiteiten, tentoonstellingen en exposities voor de UitAgenda.

De promotiekrant verschijnt voor Pasen 2022.

Totale oplage: 108.000 huishoudens.

De promotiekrant gaat alleen door bij voldoende interesse van partners.



**bezoek  
westland**



**2019**

IN DEZE BIJLAGE O.A.  
fletsen VAREN wandelen STRAND  
zee GROEPSUITJES streekproducten  
WINKELN kom in de kas VAREND CORSO  
zomerbloementoonstelling HORECA  
UITAGENDA bereikbaarheid

### Kosten deelname:

- Hele pagina: € 975,00
- Halve pagina € 575,00
- Kwart pagina: € 375,00
- Achtste pagina: € 175,00



## 5. EXTRA: PARTNERCAFÉ

In 2022 organiseert Bezoek Westland drie partnercafés. Als gastlocatie voor een partnercafé hebben meerdere partners zich aangemeld begin 2021. Deze locaties zullen worden benaderd als mogelijke locatie in 2022. We zijn voor 2022 dan ook niet op zoek naar nieuwe locaties.

**Kosten:** gastlocatie incl. hapjes en drankjes.

## **BEGRIPPENLIJST**

### **Online promotie**

#### **Vertoningen**

Het aantal weergaven van de advertentie. Telkens wanneer een advertentie op een pagina met zoekresultaten of website in het Google Netwerk wordt weergegeven, geldt dit als één vertoning.

#### **Bereik**

Bereik staat voor het aantal unieke personen dat de advertenties van de campagne heeft gezien.

#### **Verschil tussen Bereik en Vertoningen**

Het verschil hiertussen is dat 1 bereikte persoon de advertentie (of advertenties) meerdere keren gezien kan hebben, wanneer een campagne langer loopt. Zij hebben bijvoorbeeld advertentie a, b en c gezien. Dan is het aantal bereikte personen 1, maar het aantal vertoningen 3.

#### **Klikken**

Wanneer iemand op de advertentie klikt.

### **Doelgroepen**

#### **Rustig Groen**

Rustige recreanten. Geen grote wensen, houden van privacy en rust. Vaak één en tweepersoonshuishoudens in de oudere leeftijdscategorie. Willen de drukte vermijden en gaan daarom dus niet graag naar evenementen en grote attracties. In de eigen omgeving is genoeg moois te zien en te ontdekken, je hoeft er niet ver voor te reizen. Doe maar gewoon dan doe je al gek genoeg.

### **Uitbundig Geel**

Echte levensgenieters. Houden van samen met anderen actief en sportief recreëren. Vaak jonge gezinnen. Zoeken graag de gezellige drukte op, recreëren is lekker eten, genieten en leuke dingen doen. Beschikken over iets meer budget dan gemiddeld.

### **Gezellig Lime**

Recreëren is lekker vrij zijn, rust en ontspanning. Zijn gericht op het eigen gezin, de directe leefomgeving. Het gemiddeld inkomen ligt wat lager, zijn prijsgevoelig. Een braderie of rommelmarkt is gezellig, je komt er altijd wel iemand tegen. Veel gezinnen met wat oudere kinderen en oudere tweepersoonshuishoudens.

### **Plezierzoekers**

Plezierzoeker graag op pad met familie en vrienden. Bijvoorbeeld op een zon- en strandvakantie, op een feestvakantie of op een avontuurlijke vakantie. Het belangrijkste is dat het gezellig is, en dat er voor iedereen wat te doen is.

---

## **INSCHRIJVINGEN OP PARTNERPLAN**

Alle inschrijvingen worden op volgorde van binnenkomst verwerkt. Met die volgorde wordt rekening gehouden bij het max. aantal deelnemers aan campagnes.

Voor de toeristische plattegrond geldt dat de huidige deelnemers het eerste recht van deelname hebben. Wanneer er plekken vrijkomen, worden die aan nieuwe aanmelders toegewezen op volgorde van aanmelding.

*Alle in dit Partnerplan genoemde bedragen, zijn excl. BTW.*