



foto Lindsay Bryant

# Partnerplan 2024

Laat je verrassen tussen kust en kassen

## Wat gaan we doen in 2024?

### Focus

Naast de focus op het onderscheidende aanbod van het Westland voor bezoekers: kust en kassen, richten we ons dit jaar op het maken van nieuwe, relevante en hoogwaardige content, gericht op drie verschillende doelgroepen die we in onze marketingstrategie benoemd hebben.

Die content gaan we delen met consumenten, verdeeld over meerdere kleinere campagnes gedurende het seizoen. In die content is volop plek voor jullie, de partners!

### Doelgroepen

De onderstaande doelgroepen zijn relevant voor het Westland, omdat wij een aantrekkelijk aanbod voor ze hebben. Dat gaan we ze dit seizoen in concrete blogposts vertellen.

Hoe ziet onze doelgroep eruit?

- **Harmoniezoeker (gezinnen met kinderen).**  
Vrije tijd is voor het gezin, de familie en vrienden. Harmoniezoekers zijn blij als iedereen in het gezelschap tevreden is. Ze houden van gezelligheid en genieten.
- **Rustzoeker (50-plusser)**  
Rustzoekers houden recreatie letterlijk en figuurlijk dicht bij huis. Ze zijn het liefst in de eigen vertrouwde omgeving, houden van de kleine dingen in het leven.
- **Inzichtzoeker**  
Willen dingen leren en ervaren, in de natuur en met culturele activiteiten. Ze vermijden liever drukke plekken en reizen liever in een klein gezelschap.

### Doelen

Het doel van het maken van nieuwe content (inhoud) is zorgen dat relevante verhalen leiden tot een bezoek, van zowel potentiële als huidige bezoekers. Een aantrekkelijke website, goede positie op Google en relevante berichten op social media dragen bij aan een groter bereik, groei in het aantal bezoekers en betrokkenheid bij het Westland.

### Social media | Organisch

Organische content (die gevonden wordt zonder te adverteren) blijft een belangrijk onderdeel van het opbouwen van een sterke positie op sociale media en zichtbaarheid online. We zetten in op het bouwen van een community en het winnen van het vertrouwen van onze doelgroep(en). Met het opbouwen van een band (via online relatiebeheer) creëren we meer betrokkenheid op onze accounts. Deze investering zorgt voor meer engagement (interactie) en betaalt zich uit in groei.

### Social media | Betaald

Voor het delen van content maken we in 2024 opnieuw gebruik van advertenties op Facebook en Instagram. De kostenefficiëntie en het kunnen bereiken van genoemde doelgroepen maken dit de meest geschikte kanalen.





foto Danny Taheij

Betaald bereik is de meest snelle manier, maar organisch bereik is de meest duurzame. Een combinatie van beiden zorgt voor conversie én terugkomende bezoekers.

#### **Uitvoering**

De uitvoering van onze marketinginspanning verloopt volgens de Google-methode. In verschillende fasen van de zoektocht van consumenten is het Westland zo in beeld:

- SEE-fase: oriënterende fase
- THINK-fase: verdiepende fase
- DO-fase: boek-fase
- CARE-fase: binding en herhaalbezoek

#### **Content maken en delen**

In 2024 gaan we ons richten op het maken en delen van veel nieuwe content in de vorm van blogposts, reels, Facebook- en Instagram-posts om de aantrekkelijke kant van het Westland als toeristische-recreatieve bestemming te laten zien.

- THINK-fase: Always on campagnes  
Bezoek Westland zorgt dat er altijd campagne live staat ter promotie van het Westland
- SEE-fase: Nieuwe verhalen  
In de vorm van blogposts delen we nieuwe verhalen gericht op harmoniezoekers, rustzoekers of inzichtzoekers.
- DO-fase: aanbiedingen  
In de blogpost is ruimte voor aanbiedingen van partners. Zo maken we het extra aantrekkelijk om hun bezoek aan het Westland concreet te maken.
- CARE-fase: er is nog meer...  
In maandelijkse nieuwsbrieven laten we zien wat het Westland nog meer te bieden heeft.

# Hoe doe je mee als partner?

Met onze diverse campagnes spelen we dit jaar in op de actualiteit, het seizoen of bijzondere gelegenheden. De manier waarop jij kunt profiteren van de marketinginspanningen van Bezoek Westland maken we zo concreet mogelijk. Voor optie 1 benaderen wij je met een voorstel wanneer we denken dat het bij je past. Voor opties 2 en 3 dien je ons op tijd te laten weten dat je hier gebruik van wilt maken. Optie 4 kan best aan het begin van het seizoen geboekt worden. Dan heb je er geen omkijken meer naar.

Wij kijken ernaar uit om ook dit jaar met jou samen te werken en zo het Westland nóg beter op de kaart te zetten als toeristische-recreatieve bestemming!

# 1

## Meedoen aan campagne

Wij nodigen gedurende het seizoen partners uit om mee te doen aan campagnes (zichtbaar op website en social media).

*Deelnemen aan een campagne kan vanaf 75 euro (ex BTW). Kosten kunnen wisselen per campagne.*

### Extra optie: Aanbieding in blogpost

Bij specifieke campagnes kun je als partner een aanbieding doen in een blogpost, waarvoor bezoekers direct met jou contact opnemen. Die aanbieding mag een korting zijn, maar ook een tweede kopje koffie gratis op tijden dat het minder druk is. Jij bepaalt wat je aanbiedt.

*Deelname met een aanbieding kost 50 euro (ex BTW).*

# 2

## Vermelding op homepage (UITGELICHT)

We bieden partners de mogelijkheid om onder het kopje 'UITGELICHT' zichtbaar te zijn op de homepage van de website van Bezoek Westland. De vermelding staat drie weken live. Per periode is één UITGELICHT-vermelding beschikbaar. Het bereik van de homepage is gemiddeld 12.000 lezers per 3 weken.

*Deelname met een UITGELICHT-vermelding kost 200 euro (ex BTW).*

# 3

## Vermelding in digitale consumentennieuwsbrief

In 2024 is er ruimte voor partners in de digitale consumentennieuwsbrief van Bezoek Westland. Het bereik van de nieuwsbrief is 3.200 geïnteresseerde lezers per keer.

*Deelname in de digitale consumentennieuwsbrief kost 75 euro (ex BTW).*

# 4

## NIEUW Online-pakket

Met het online-pakket ben je verzekerd van online zichtbaarheid in 2024 via de kanalen van Bezoek Westland. Dit pakket biedt:

- 3x zichtbaarheid in de consumentennieuwsbrief (data in overleg)
- 1x UITGELICHT vermelding op de homepage (datum in overleg)
- 2x post op Facebook & Instagram (data in overleg)

Voor het boeken van periodes geldt 'wie het eerst komt, het eerst maalt'.

*Deelname aan het online-pakket kost 350 euro (ex BTW).*

