

JAARPLAN RBT LAND VAN CUIJK 2022

VERANTWOORDING

We hebben toeristische ondernemers en organisaties gevraagd om feedback (enquête) te geven op wat we in 2021 hebben gedaan én suggesties te doen (ondernemersklankbord, werkgroep promotie gezamenlijke platforms) voor wat zij graag in ons jaarplan 2022 willen terugzien.

Op basis daarvan hebben wij een praktisch uitvoeringsplan gemaakt. Immers, onze visie op toerisme en recreatie hebben we eerder al uitgeschreven in het meerjarenplan 'Onvergetelijk Onthaasten'.

De eerste versie van ons jaarplan is in het 4^e kwartaal van 2021 besproken tijdens vergaderingen van het dagelijks bestuur, het algemeen bestuur en het overleg van de portefeuillehouders toerisme en recreatie in het Land van Cuijk.

Toeristische bedrijven en organisaties hebben ons onder meer de volgende suggesties meegegeven:

- 'Behoud het goede, scherp aan waar nodig';
- Blijf realistisch: beschikbare budget en menskracht en huidig/verwacht aanbod aan toeristische activiteiten brengen beperkingen met zich mee;
- Zoek voortdurend naar goede balans tussen wat **bezoekers** willen, **bedrijven** kunnen en **bewoners** accepteren;
- Anticipeer op trends als
 - van vooral offline naar meer online;
 - van vooral tekst naar meer beeld;
 - van feiten benoemen naar verhalen vertellen;
- Maak het aanbod voor ondernemers zo concreet én relevant mogelijk. Zorg ervoor dat je steeds kunt uitleggen én inzichtelijk maken wat het de ondernemer oplevert om mee te doen;
- Benoem in de promotie van het Land van Cuijk, nog meer dan nu, de specifieke kenmerken van het gebied: 'niks moet', buitenleven, 'gastvrij welkom', streekeigen eten, het goede leven, etc;
- Werk samen met andere regio's en organisaties, daar waar dat aantoonbare meerwaarde heeft voor toerisme in het Land van Cuijk;
- Stem af met de gemeentelijke afdeling die binnen Land van Cuijk verantwoordelijk wordt voor citymarketing.

JAARPLAN 2022

publieksgroepen

We onderscheiden ook in 2022 drie publieksgroepen

1. **Zij die overwegen te komen** (*potentiële bezoekers*)
wij willen vakantiegangers verleiden om, liefst meerdere dagen, naar het Land van Cuijk te komen. Zij komen overwegend uit Nederland, maar na afschaling van de coronamaatregelen waarschijnlijk ook weer uit Vlaanderen en vooral Nord-Rhein Westfalen.
Het profiel van deze doelgroep kan kort (én in slecht Nederlands... ;-)) worden samengevat als *'Bourgondische buitenleeffamilies'*
2. **Zij die er al zijn** (*aanwezige bezoekers*)
wij willen bezoekers, die in het Land van Cuijk te gast zijn, letterlijk en figuurlijk 'uit de tent lokken' en hen bewegen om andere delen/bezienswaardigheden te bezoeken. Idealiter leidt dat tot verlenging van hun verblijf in de regio, een herhaalbezoek in de toekomst of een positieve review.
3. **Zij die er wonen** (*eigen inwoners van het Land van Cuijk*)
wij willen inwoners van het Land van Cuijk stimuleren om hun eigen achtertuin te gaan ontdekken en hun enthousiasme over wat zij zien of meemaken te delen met andere (potentieel) geïnteresseerden.
Voorheen woonden de inwoners in dezelfde regio, sinds 1 januari 2022 in dezelfde gemeente. Dat schept een andere band en kan bovendien leiden tot meer nieuwsgierigheid naar wat er elders in de gemeente gebeurt of te zien is.

algemeen

1. In 2022 gaan we, samen met nieuwe partner Social Noot, actiever en planmatiger sociale media (betaald/onbetaald) inzetten. Dat doen we aan de hand van een nog te maken contentjaarkalender (*gereed: februari 2022*).
Bij het maken van de contentkalender hebben we oog voor actualiteit (wanneer speelt wat en spreekt welke potentiële bezoeker/doelgroep aan) én voor het bedenken van specifieke combinaties van activiteiten, bezienswaardigheden en accommodaties die het aantrekkelijker maken om langduriger in het Land van Cuijk te verblijven.
2. We gaan dat wat we offline en online doen logischer met elkaar verbinden. Dat vraagt om een integralere aanpak van onze promotieactiviteiten.
We maken het aanbod voor toeristisch-recreatieve ondernemers concreter door voor groepen van bedrijven maatwerkpakketten te maken, waarin we aantrekkelijke combinaties aanbieden van deelname aan middelen en promotie via sociale media en andere kanalen.

VERLEIDEN

van potentiële bezoekers

1. Organisatie van 2^e online vakantiebeurs www.vakantieineigenlandvancuijk.nl van 1 februari tot uiterlijk 1 juli.
Met meer interactie, meer (bewegend) beeld, meer afwisseling en een aantrekkelijker aanbod voor met name verblijfsaccommodaties.
De beurs wordt ondersteund door inzet van sociale media (onderdeel van de onder 'algemeen' genoemde contentkalender);
2. Uitnodigen van 2 tot 3 influencers, met omvangrijke én relevante achterban, om een bezoek te brengen aan het Land van Cuijk en daarover te berichten;
3. Ontwikkelen van promotieactiviteiten in Nord-Rhein Westfalen, in samenwerking met het in Kleef gevestigde bureau MediaMixx en samen met ondernemers/organisaties in het Land van Cuijk.
Bij het vaststellen van het 'Duitsland-pakket' spelen timing en kosten een belangrijke rol;
4. Vlaanderen is voor ons nog een tamelijk onbekende markt. Daarom willen wij eerst een nadere marktverkenning doen: wat maakt Vlaanderen interessant voor ons en wat maakt het Land van Cuijk interessant voor Vlamingen? En: wat is nodig om Vlamingen te laten kiezen voor een verblijf in het Land van Cuijk?

Wij nemen in 2022 niet deel aan fysieke beurzen. Redenen daarvoor zijn:

- a) de onzekerheid over de coronamaatregelen en daarmee ook de eisen die aan beursorganisatoren en -bezoek worden gesteld;
- b) wij hebben voor de bemensing van vorige beurzen steeds gebruik kunnen maken van een groep van enthousiaste vrijwilligers. Wij verwachten dat een groot aantal vrijwilligers (nog) niet bereid is om in 2022 namens het RBT op een beurs te staan. Dat maakt ook de praktische organisatie van een beursdeelname lastig;
- c) we moeten focus aanbrengen: beter één activiteit goed (online beurs) dan meer activiteiten half.

'UIT DE TENT LOKKEN'

van gasten die er al zijn

Voor consumenten

- uitgave van nieuwe editie van Fiets & Wandelboekje;
- uitgave van 1 Vakantiekrant (mei – september), specifiek voor de zomerperiode;
- promotie van Sokkeltocht als te ondernemen activiteit;
- promotie van 'jaloersmakende ervaringen'.

We onderzoeken of het mogelijk is om een aantal 'jaloersmakende ervaringen' (zoals een vaart met Land van Cuijk Ballon, een bijzondere overnachting op een unieke plek (voorbeeld Sleeperoo), Museum in het Donker, etc) samen te brengen in een specifieke campagne.

Daarnaast stemmen we met de platforms af of we vergelijkbare, bestaande

activiteiten aan elkaar kunnen koppelen. Een voorbeeld is de organisatie van een FietsFeest, met in één weekeinde tal van fietsevenementen in de regio.

Voor ondernemers en organisaties

- we stimuleren ondernemers om meer bekendheid te geven aan het actuele toeristische aanbod van het Land van Cuijk. Daarvoor bieden we ze aan:
 - een uitgebreid en verfijnd Toeristisch ABC, met een overzicht van toeristische activiteiten en bezienswaardigheden. We hebben het Toeristisch ABC dit jaar voor het eerst verspreid;
 - workshop sociale media (met name Instagram) voor ondernemers;
 - ondernemers meer en eerder betrekken bij uitwerking ideeën voor promotie via onder meer klankbordoverleggen;
 - actief verzamelen en delen (ook via beeldbank) van beelden van Land van Cuijk, gemaakt door inwoners van Land van Cuijk;
 - stimuleren van gebruik zelfde hashtags in berichten sociale media en van symbolen Land van Cuijk (vlag, logo op website, etc). Daarvoor ontwikkelen wij een gerichte aanpak (*gereed: 1^e kwartaal 2022*);
 - verdere verfijning distributie promotiemiddelen Land van Cuijk, zonder dat het nog meer inzet vraagt van medewerkers RBT.

OP ONTDEKKINGSTOCHT

met inwoners Land van Cuijk

Voor consumenten

- toeristische special in voorjaarsnummer Vita Magazine;
- bredere beschikbaarheid Fiets & Wandelboekje en Vakantiekraant;
- inzet van posts en filmpjes op sociale media, advertenties en artikelen in kranten, etc
- onderzoeken van de levensvatbaarheid van het idee 'Ontdek het Land van Cuijk Pas': ervaar 10 – 15 bijzondere belevenissen in Land van Cuijk tegen gereduceerde tarieven. In samenwerking met ondernemers in de regio en gemeente Land van Cuijk;
- promotie Sokkeltocht als te ondernemen activiteit, met mogelijke uitbreiding naar kinder- en personeelsarrangementen.