



# Activiteitenplan

**2022**

*STICHTING WEERT MARKETING*

Februari 2022

## Inleiding

*Een nieuwe organisatie, Stichting Weert Marketing, met een duidelijk doel: het presenteren van de gemeente Weert als ideale plek om te wonen, te werken en te bezoeken. Nadat het strategie- en organisatieplan is vastgesteld door de gemeenteraad in april jl., zijn er vele gesprekken gevoerd met allerlei partijen. Denk aan organisaties van ondernemers, branche organisaties, sectoren en bewoners. Dit heeft er toe geleid dat het plan op onderdelen is aangepast, met name organisatorisch. Daarnaast worden er strakkere keuzes gemaakt, ook met het oog op de financiële mogelijkheden.*

*Inmiddels is er een bestuur dat bestaat uit vertegenwoordigers van de belangrijkste belanghebbende organisaties: binnenstad, Parkmanagement, horeca, toerisme en cultuur. Op korte termijn wordt dit aangevuld met een onafhankelijk voorzitter en penningmeester. Ook is de werving van adequate medewerkers opgestart. De Stichting zal formeel nog deze maand worden opgericht.*

*Het activiteitenplan is een duidelijk voorbeeld van de nieuwe aanpak. Het gaat niet alleen om bezoeken, maar ook om wonen en werken. De input die is verkregen vanuit de gesprekken is terug te vinden in de projecten.*

*Of alle activiteiten daadwerkelijk zullen plaatsvinden als beschreven, is afhankelijk van de momenten dat er een positief antwoord is op onze subsidie aanvraag en het werkapparaat invulling heeft gekregen. Daarover willen we in ieder geval afspreken dat wij betrokken partijen zoveel mogelijk tussentijds informeren. 2022 wordt vooral ook een jaar om te proeven, proberen en te ontwikkelen. Citymarketing is een marathon, geen sprint. De lessen van dit jaar nemen we mee in de komende jaren.*

*Bestuur Stichting Weert Marketing i.o.*

## Kernactiviteiten / infrastructuur

*De activiteiten in dit plan zijn onderverdeeld in kernactiviteiten en projecten. De kernactiviteiten, hier ook infrastructuur genoemd, vragen continue aandacht. Ze vormen de ruggengraat van de marketing van Weert. In de eerste jaren zal hier nadrukkelijk in moeten worden geïnvesteerd, zowel in menskracht als financieel. Na verloop van tijd staat de infrastructuur en zal het meer gaan om het onderhouden.*

### Website

Verzorgen van een up-to-date website die aansluit op de gewenste beeldvorming van Weert en is opgebouwd via de rubrieken wonen, werken en bezoeken en een corporate deel kent. Service wordt afgenomen van Limburg Marketing. Website moet worden gebouwd en vervolgens bijgehouden. Als domeinnaam gebruiken we In Weert met zowel de .nl als .be en .de extensies. Beeldvorming moet aansluiten bij het merkprofiel. In de eerste fase wordt uitsluitend gekozen voor een Nederlandstalige versie, op termijn Duits. Aandachtspunt is het omzetten / doorleiden van bestaande websites naar deze nieuwe omgeving. De website is responsive en daarmee ook geschikt voor gebruik op mobiele dragers.

Doelen: wonen, werken, bezoeken

Fases: loyalty, reputatie

Periode: gehele jaar

Budget: € 25.000

Personele invulling: structureel

### Social Media

Het opstarten en de contentmanagement van in eerste instantie Facebook, Instagram en op termijn TikTok gericht op de consument. Als accountnamen kiezen we in lijn met de website voor In Weert. Beelden en berichten sluiten aan op het merkprofiel en dragen bij aan de doelstellingen. Aandachtspunt is het omzetten / doorleiden van bestaande accounts naar de nieuwe accounts. Binnen de projectbudgetten zijn ook gelden voorzien voor (ingekochte) social media campagnes.

Doelen: wonen, bezoeken

Fase: loyalty, reputatie

Periode: gehele jaar

Budget: € 3.500

Personele invulling: structureel

### Informatiemanagement

Het zorgen voor een actuele, goed gevulde database met informatie die primair is gericht op leisure. Het gaat om gegevens over winkels, horeca, attracties, cultuur, evenementen, etc. Database wordt afgenomen van Limburg Marketing waarmee tevens de kanalen van Limburg Marketing worden bediend.

Doelen: wonen, bezoeken  
Fase: loyalty, reputatie  
Periode: gehele jaar  
Budget: nvt  
Personele invulling: structureel

### **Beeldbank**

Er moet een grote serie beeldmateriaal worden gemaakt. Er worden professionele fotografen ingehuurd die beelden maken die aansluiten bij het merkprofiel en betrekking hebben op wonen, werken en bezoeken. De foto's worden gebruikt voor eigen producties (website, drukwerk, socials) maar worden ook voor promotionele doelen aan derden kosteloos beschikbaar gesteld (ondernemers, pers, touroperators, etc.). Foto's moeten daarom rechtenvrij zijn en via de corporate site downloadbaar. Filmmateriaal wordt in een later stadium ontwikkeld. *Voor dit project wordt een gelabelde (project)bijdrage gevraagd aanvullend op de reguliere subsidie.*

Doelen: wonen, werken, bezoeken  
Fase: reputatie  
Periode: gehele jaar (beelden van de jaargetijden en beeldbank)  
Budget: € 10.000  
Personele invulling: projectmatig

### **Unieke kansen**

Het is onvoorspelbaar wat er in een jaar gebeurt. Soms doen zich mogelijkheden voor die van grote meerwaarde kunnen zijn voor de marketing van Weert of de uitstraling van het merk binnen de gestelde doelen. Denk aan een bepaalde onvoorziene persreis of een evenement of een crisis (zoals corona). Met het opnemen van een 'vrij' budget voorkom je dat je moet ingrijpen in het activiteitenplan en/of begroting maar dat je kunt inspelen op actuele kansen die bijdragen aan de doelen.

Doelen: nnb  
Fase: nnb  
Periode: gehele jaar  
Budget: € 5.000  
Personele invulling: projectmatig

## Projecten bezoeken

*Voor de projecten kiezen we voor een splitsing van bezoeken en wonen/werken. Omdat we echter uitgaan van een integrale aanpak grijpen de diverse projecten qua doelgroep in elkaar over.*

*Als we kijken naar de doelgroep bezoeken, gaat het ook om bewoners (uit de regio) in hun rol als bezoeker. We kijken dus zeker niet alleen naar toeristen. Vanuit het oogpunt van effectiviteit en financiële haalbaarheid kiezen we, zeker in de startfase, voor het uitvoeren van activiteiten in een straal van pakweg 35 kilometer rondom Weert. De bewoners en bedrijven van en de toeristen in dit gebied zijn onze primaire doelgroep. Als we kijken naar de toeristen heeft Limburg Marketing de taak om te zorgen dat toeristen Midden-Limburg bezoeken, wij verleiden deze toeristen als ze hier zijn om naar Weert te komen.*

### Maatwerk Limburg Marketing

In overleg met Limburg Marketing wordt een pakket samengesteld van activiteiten en/of uitingen die bijdragen aan de doelen van Weert Marketing als bestemming voor een dagtocht voor verblijfsbezoekers in de regio zoals uitingen in drukwerk, opname in persreizen, etc. op een wijze die aansluit bij de gewenste profilering. Deze bijdrage komt bovenop de gemeentelijke subsidie.

Doelen: bezoeken

Fase: reputatie

Periode: gehele jaar

Budget: € 5.000

Participatie: niet financieel en

Personele invulling: projectmatig

### Gastvrij voor Weert

Accommodatiehouders zijn een belangrijke bron voor toeristische verblijfsbezoekers van de regio. Het is dus belangrijk dat zij goed op de hoogte zijn van de kwaliteiten van Weert zodat zij hun gasten optimaal kunnen informeren en enthousiasmeren Weert te bezoeken tijdens hun verblijf aan de regio. Daartoe nodigen we accommodatiehouders of receptiemedewerkers van bedrijven die gevestigd zijn in een straal van 35 km uit voor een kosteloos geheel verzorgd dagprogramma in centrum en buitengebied met ontvangst en lunch, rondleiding centrum, bezoek museum, activiteiten IJzeren Man, verplaatsingen, etc. Verwachting tot 100 deelnemers.

Doelen: bezoeken

Fase: reputatie

Periode: maart/april

Budget: € 5.000

Participatie: in natura en financieel

Personele invulling: projectmatig

### Weert vanuit de Weerter Bergen

In overleg met Roompot. Specifiek voor de receptiemedewerkers (max. 15) van de Weerter Bergen organiseren wij een kosteloos geheel verzorgd dagprogramma in centrum en buitengebied met ontvangst en lunch, rondleiding centrum, bezoek museum, activiteiten IJzeren Man, verplaatsingen, etc. zodat zij hun gasten optimaal kunnen informeren en enthousiasmeren Weert te bezoeken. Daarnaast ontvang elke boeker van de Weerter Bergen bij aankomst een specifiek gerichte flyer (75.000) waarin de highlights van Weert centrum en buitengebied worden benadrukt met fiets- en wandelroute suggesties (via knooppunten) met link naar de website (landingspagina) voor uitgebreide informatie.

Doelen: bezoeken

Fase: reputatie

Periode: bezoek maart/april, flyer gehele jaar met productie in Q1

Budget: € 4.000

Participatie: in natura (dagprogramma) en financieel

Personele invulling: projectmatig

### Dagje Weert voor toeristisch verblijfbezoekers

Drukwerk speelt nog steeds een belangrijke rol in de oriëntatie van de bezoeker. De traditionele folderrekken bij accommodaties worden daarbij veel gebruikt. Er wordt voor deze doelgroep een aparte flyer (50.000) ontwikkeld waarin de highlights van Weert centrum en buitengebied worden benadrukt met fiets- en wandelroute suggesties (via knooppunten) met link naar de website (landingspagina) voor uitgebreide informatie. Verspreiding onder accommodaties en VVV's in een straal van 35 km.

Doelen: bezoeken

Fase: reputatie

Periode: gehele jaar met productie in Q1

Budget: € 5.000

Participatie: financieel

Personele invulling: projectmatig

### Visit Weert

Campagne gericht op bezoekers in de regio Weert met als doel het beeld van Weert te beïnvloeden en te wijzen op een bezoek aan Weert (centrum) en IJzeren Man via outdoor en social media tijdens de belangrijkste toeristische maanden.

Doelen: bezoeken

Fase: juni - augustus

Periode: november

Budget: € 2.500

Participatie: in natura en financieel

Personele invulling: projectmatig

### Plattegrond centrum

Op dit moment is er bij Centrummanagement nog voldoende voorraad van de plattegrond van het centrum voor 2022. Voorstel is deze voorraad conform voorgaande jaren te benutten, primair gericht op verspreiding binnen Weert (o.a. ondernemers) als complementair op de andere projecten. Vanaf 2023 wordt gekeken naar een vernieuwde invulling.

Doelen: bezoeken

Fase: loyalty

Periode: gehele jaar

Budget: n.v.t.

Participatie: n.v.t.

Personele invulling: n.v.t.

## Projecten wonen & werken

*Het positioneren van Weert als plek om te wonen en te werken is de toegevoegde waarde die integrale citymarketing onderscheidt van toeristische of bezoekersmarketing.*

### Weerter Magazine

Eénmalige (special edition?) uitgave met 'het verhaal van Weert' bij voorbeeld i.s.m. huidige uitgever Weerter Magazine. Specifieke verhalen van (nieuwe) bewoners, ondernemers, verenigingen, historie, etc. Magazine wordt huis-aan-huis verspreid, ligt bij leestafels in Weert (artsen, ziekenhuis, kapper, etc.), wordt uitgedeeld aan nieuwe bewoners (via gemeente) of geïnteresseerden (via makelaars, woonstichting).

Doelen: wonen, werken

Fase: loyalty

Periode: Q2

Budget: € 7.500 (bij aanhaken voor redactionele content en beeld, extra oplage)

Participatie: via uitgever

Personele invulling: projectmatig

### Weert opent haar deuren

Welke bedrijven en organisaties zijn er in Weert waar de Weertenaar geen weet van heeft? We houden een open dag in samenwerking met bedrijven, culturele instellingen en eventueel (sport)verenigingen waarbij de bewoners van Weert een kijkje kunnen nemen en zich kunnen laten informeren. Met vooral ook een kijkje achter de schermen van bakkerij tot productiebedrijf en van theater tot het ziekenhuis. Ondersteund met free publicity, advertenties in lokale media, outdoor, makelaarsborden voor deelnemers en de media van de deelnemers.

Doelen: wonen, werken

Fase: loyalty

Periode: Q4

Budget: € 10.000

Participatie: niet financieel

Personele invulling: projectmatig

### Weert actief

Maandelijks overzicht van een selectie van (sport) evenementen, voorstellingen en tentoonstellingen te publiceren in het huis aan huis blad en outdoor met een verwijzing naar de website.

Doelen: wonen

Fase: loyalty

Periode: maandelijks

Budget: € 9.000

Participatie: n.v.t.

Personele invulling: structureel



### Wonen in Weert

Korte campagne in Eindhoven gericht op kenniswerkers om Weert te profileren als woonbestemming met outdoor en social advertising verwijzend naar een specifieke landingspagina op de website. Direct na de zomer in te zetten.

Doelen: wonen / nieuwe bewoners

Fase: reputatie

Periode: september

Budget: € 5.000

Participatie: financieel

Personele invulling: projectmatig

### Shop lokaal

In 2 perioden namelijk maart en oktober wordt gedurende een maand de aandacht gevestigd op de mogelijkheden voor bewoners om lokaal inkopen te doen (ook via lokale webshops) zowel in Weert als het buitengebied. Aandacht via diverse (eigen) media, posters en vlaggen (deelnemers), etc. In combinatie met een loyalty actie (stempelkaart) waarmee prijzen (via deelnemers) te winnen zijn.

Doelen: wonen

Fase: loyalty

Periode: maart en oktober/november

Budget: € 7.500

Participatie: niet financieel en

Personele invulling: projectmatig

### Jongeren actief in sport & cultuur

Direct na de vakantie het aanzetten van jongeren in de globale leeftijd van 8 – 16 om actief te participeren in het verenigingsleven en aan culturele en sportieve activiteiten. Daarmee maken we deze specifieke doelgroep meer onderdeel van de Weerter gemeenschap. In samenwerking met verenigingen, culturele instellingen en gemeentelijke afdelingen sport en cultuur o.a. via gerichte communicatie (o.a. via scholen) maar ook activiteiten als 'vriendje mee' en clinics.

Doelen: wonen

Fase: loyalty

Periode: Q3

Budget: € 3.000

Participatie: gemeentelijke afdelingen cultuur en sport, culturele instellingen, verenigingen

Personele invulling: projectmatig

## Corporate

Weert Marketing heeft in de uitvoering van de citymarketing van Weert straks een belangrijke rol. Citymarketing doe je echter nooit alleen. De gemeente is een heel belangrijke partner, maar zeker niet de enige. Wij willen investeren in een goede relatie met verenigingen, organisaties, ondernemers, etc. omdat zij ook ambassadeurs van Weert zijn en dat kunnen uitdragen, we graag met ze samenwerken in allerlei projecten en ze ook financieel en naar vermogen willen laten bijdragen. Publiek-private financiering is een uitgangspunt. Het betrekken van externe partijen kost tijd, maar een goede corporate communicatie helpt daarbij.

### Weert zijn we samen

Jaarlijkse bijeenkomst van Weert Marketing voor ondernemers, partners en politiek waarin de organisatie terugblijkt op het afgelopen jaar en vooruitblijkt op het komend jaar. Daarnaast is er ruimte voor een inhoudelijke spreker (van buiten) en natuurlijk voor gesprek met elkaar. Verwacht 150 deelnemers.

Doelen: corporate

Fase: n.v.t.

Periode: november

Budget: € 4.500

Participatie: in natura

Personele invulling: projectmatig

### Weerter Café

Laagdrempelige netwerkbijeenkomsten van Weert Marketing nadrukkelijk in samenwerking met andere organisaties, gericht op ondernemers, partners en politiek. Specifiek thema zoals cultureel café, sportcafé of evenementencafé mogelijk. Informeel deel belangrijk. Verwacht 75 deelnemers per keer. 3 Edities namelijk winter (maart), zomer (juni) en herfst (september). Op wisselende locatie o.a. ook bij bedrijven.

Doelen: corporate

Fase: n.v.t.

Periode: februari / juni / september

Budget: € 2.000

Participatie: in natura

Personele invulling: projectmatig

### Nieuwsbrief Weert Marketing

4x per jaar informeert Weert Marketing haar stakeholders zoals ondernemers, organisaties, instellingen, politiek en relaties met een digitale nieuwsbrief via een professionele module. Hierin wordt verslag gedaan van de activiteiten, de resultaten en de plannen en de mogelijkheden tot participatie.

Doelen: corporate  
Fase: n.v.t.  
Periode: gehele jaar 1x per kwartaal  
Budget: € 600  
Participatie: n.v.t.  
Personele invulling: structureel

### **LinkedIn**

LinkedIn is een belangrijk kanaal waar op verschillende manieren met volgers kan worden gecommuniceerd. Via een eigen LinkedIn pagina informeert Weert Marketing haar volgers zoals ondernemers, organisaties, instellingen, politiek en relaties over activiteiten, resultaten en plannen en mogelijkheden tot participatie. Waar mogelijk wordt gelinkt naar (het corporate deel van) de website.

Doelen: corporate  
Fase: n.v.t.  
Periode: gehele jaar  
Budget: n.v.t.  
Participatie: n.v.t.  
Personele invulling: structureel

### **Twitter**

Twitter is een laagdrempelig social media kanaal dat een belangrijke positie inneemt in de politiek. Ook andere volgers kunnen gebruik maken van dit kanaal waar met name korte mededelingen worden gedaan of wordt gereageerd. Waar mogelijk wordt gelinkt naar (het corporate deel van) de website.

Doelen: corporate  
Fase: n.v.t.  
Periode: gehele jaar  
Budget: n.v.t.  
Participatie: n.v.t.  
Personele invulling: structureel

## Activiteiten in schema

*De activiteiten uit het plan staan hieronder weergegeven per maand waarbij wij een verdeling aanhouden van basisactiviteiten en projecten. Of alle activiteiten werkelijk en op het beschreven moment worden uitgevoerd is afhankelijk van verschillende factoren. Dit overzicht moet dan ook vooral als indicatie worden beschouwd.*

Maand	Basis	Projecten
<b>April</b>	Website Informatiemanagement Social media LinkedIn / Twitter Beeldbank Corporate nieuwsbrief	Weert actief Shop lokaal
<b>Mei</b>	Website Informatiemanagement Social media LinkedIn / Twitter Beeldbank	Weert actief Weerter Magazine
<b>Juni</b>	Website Informatiemanagement Social media LinkedIn / Twitter Beeldbank	Weert actief Weerter Café Visit Weert
<b>Juli</b>	Website Informatiemanagement Social media LinkedIn / Twitter Beeldbank Corporate nieuwsbrief	Weert actief Visit Weert
<b>Augustus</b>	Website Informatiemanagement Social media LinkedIn / Twitter Beeldbank	Weert actief Visit Weert

<b>September</b>	Website Informatiemanagement Social media LinkedIn / Twitter Beeldbank	Weert actief Wonen in Weert Jongeren actief in sport en cultuur Weerter Café
<b>Oktober</b>	Website Informatiemanagement Social media LinkedIn / Twitter Beeldbank Corporate nieuwsbrief	Weert actief Weert opent haar deuren Shop lokaal
<b>November</b>	Website Informatiemanagement Social media LinkedIn / Twitter	Weert actief Weert zijn we samen Shop lokaal
<b>December</b>	Website Informatiemanagement Social media LinkedIn / Twitter	Weert actief
<b>Algemeen</b>		Maatwerk Limburg Marketing (nader te bepalen) Verspreiding toeristisch materiaal (hele jaar) Faciliteren online beeldbank (vanaf Q2)

## Begroting 2022

De kostenkant van de begroting is enerzijds gebaseerd op de activiteiten in het plan waarvan een reële inschatting is gemaakt en waar de (project)budgetten taakstellend zijn. De overheadkosten zijn gebaseerd op een aantal aannames en geldig voor een volledig jaar. Wat betreft de inkomsten is het gemeentelijk budget verdeeld in een structurele subsidie en een projectbijdrage. Er wordt voor het eerste jaar beperkt rekening gehouden met financiële bijdragen uit het bedrijfsleven. 2022 geldt als referentie- en ontwikkeljaar voor de nieuwe organisatie.

### Inkomsten

<i>Structureel</i>	€	300.000,00	
<b>Bijdrage gemeente Weert</b>			€ 295.000,00
<b>Bedrijfsleven</b>			€ 5.000,00
<i>Incidenteel</i>	€	15.000,00	
<b>Projecten gemeente Weert</b>			€ 10.000,00
<b>Deelnames campagnes</b>			€ 5.000,00
<b>TOTAAL OPBRENGSTEN</b>	€	315.000,00	

### Uitgaven

<i>Personeel</i>	€	128.000,00	
<b>Personeelskosten</b>			€ 116.000,00
<b>Bestuurskosten</b>			€ 12.000,00
<i>Organisatie</i>	€	54.000,00	
<b>Huisvesting</b>			€ 15.000,00
<b>Kantoorkosten</b>			€ 15.000,00
<b>Software &amp; support</b>			€ 4.000,00
<b>Advies</b>			€ 5.000,00
<b>Accountkosten</b>			€ 15.000,00
<b>Afschrijvingen</b>	€	2.100,00	

<i>Marketing</i>	€	107.000,00	
<b>Infrastructuur</b>	€	38.500,00	
Website			€ 25.000,00
Social (consument)			€ 3.500,00
Beeldbank			€ 10.000,00
<b>Primair bezoeken (incl. regio)</b>	€	21.500,00	
Maatwerk Limburg Marketing			€ 5.000,00
Project Gastvrij Weert			€ 5.000,00
Project Weerter Bergen			€ 4.000,00
Project Dagje Weert			€ 5.000,00
Project Visit Weert			€ 2.500,00
<b>Primair wonen &amp; werken</b>	€	42.000,00	
Project Magazine			€ 7.500,00
Project Open deuren			€ 10.000,00
Project Weert actief			€ 9.000,00
Project Wonen			€ 5.000,00
Project Shop lokaal			€ 7.500,00
Project Jongeren sport & cultuur			€ 3.000,00
<i>Unieke kansen</i>			€ 5.000,00
<i>Corporate communicatie</i>	€	7.500,00	
Weert zijn we samen			€ 4.500,00
Weerter Café			€ 2.000,00
Nieuwsbrief			€ 600,00
Overig			€ 400,00
<i>Onvoorzien</i>	€	15.750,00	
<b>TOTAAL KOSTEN</b>	€	314.350,00	
<b>RESULTAAT / BUDGET</b>	€	650,00	