



Marketingcommunicatieplan Kerststad Valkenburg 2023



Website www.kerststadvalkenburg.nl

In de evaluatie van 2022 is gebleken dat de website erg goed bezocht wordt. Voor 2023 zetten we die informatieverstrekking voort. Kerststad Valkenburg wordt als één geheel gepresenteerd, in 4 verschillende talen. De activiteiten worden als story's weergegeven en er wordt gebruik gemaakt van veel beeld en weinig tekst om zodoende de beleving te verhogen.

Voor 2023:

- De belangrijkste USP zijn de kerstmarkten en de grotactiviteiten.
- De verschillende openingstijden van de activiteiten worden duidelijk gecommuniceerd, zeker in de kerstvakantie.
- Er wordt duidelijk gecommuniceerd wat er nog te doen is na 30 december
- Daar waar nodig wordt de website aangepast op actuele data en informatie.
- Plan je uitstap / dagje / weekendje Kerststad van te voren en boek alles. Dan kom je niet voor verrassingen te staan.

Om goed inzichtelijk te krijgen wat en hoe het verkeer op de website verloopt, wordt Google Analytics gebruikt. Voor dit jaar dient de nieuwe versie (Google Analytics 4) op tijd ingericht te worden zodat deze weer helemaal up to date is alvorens de eerste bezoekers zich bewegen op de website.

Zoekwoorden optimalisatie (SEO)

In 2019 is uitgebreid onderzoek gedaan naar de vindbaarheid van de website. Een huidig kort onderzoek heeft uitgewezen dat een nieuw zoekwoorden onderzoek niet nodig is.

Meertalige storytelling teksten

De teksten op de website zijn in 2020 opnieuw geschreven en vertaald. Het merendeel van de teksten voldoet nog aan de eisen van de beleving. Echter zijn er bepaalde teksten die aangepast of nieuw geschreven moeten worden (vb. Prof. Dr. Falckenstein, nieuwe attracties, etc). Het is verstandig hiervoor budget te reserveren.

Social Media Beheer

In de aanpak van Social Media beheer en bij het inrichten van de kanalen door Visit Zuid-Limburg is in de afgelopen jaren ingezet op verdieping van social media door actief gebruik te maken van communitybuilding. Dat heeft geresulteerd in een grotere betrokkenheid van de doelgroepen per bericht.

In 2023 wordt hierop verder ingezet door:

- Op de kanalen Facebook en Instagram de content onderscheidend te houden en gericht op de doelgroep,



- Meer in te zetten op de kwaliteit van de berichten, ipv de kwantiteit,
- Prof. Dr. Falckenstein (beter) te leren kennen,
- Meer gebruik te maken van de advertentiemogelijkheden vanuit het principe: see, think, act,
- De mogelijkheden van posten, adverteren en targeting uitgebreid te benutten
- Afbeeldingen op instagram getagd met #kerststadvalkenburg screenen en doorplaatsen naar eigen social kanalen
- Informatieve vragen door te sturen naar de collega's in de Visit Zuid-Limburg Shops en Experiences ter beantwoording.
- De boodschap 'boekbaar' wordt duidelijk onder de aandacht gebracht. De online ticketverkoop op datum en tijd, komt in veel van de berichten terug zodat men direct kan plannen en boeken.
- Extra social media kanaal Tiktok wordt toegevoegd om ook een jongere doelgroep aan te spreken

Nieuwsbrieven en Mailings

Het e-mailadressen bestand van Kerststad Valkenburg is omvangrijk. De doelstelling voor 2023 is het aantal adressen met 10% te laten groeien. Dit wordt bewerkstelligd door de inhoud van de nieuwsbrieven van nieuwswaarde te voorzien en aantrekkelijk om te lezen. Daarnaast zullen de attracties gevraagd worden de nieuwsbrieven naar hun bestand te sturen.

Online Marketing / Google Adwords

Gezien de goede resultaten van de Google Adwords campagne in voorgaande jaren, zal The Web Project ook in 2023 de campagne opzetten en uitvoeren. Ingezet wordt op de Nederlandse, Duitse en Belgische markt (zowel Nederlands- als Franstalig). De verwachting is dat het meest ultieme resultaat voorgaande jaren al is bereikt en we heel tevreden mogen zijn wanneer de kosten per click stabiliseren.

Nieuwe foto's

Het is erg belangrijk een actueel fotobestand te hebben en daarom zal er ook dit jaar wederom budget gereserveerd worden voor fotografie.

Flyer & Brochure

Naast de website worden de flyer en brochure als belangrijkste bron van informatie ervaren.



De flyer verschijnt in juli en dient als teaser voor de gasten in Zuid-Limburg die in de zomer op vakantie zijn. Dit jaar zal er weer een Duitstalige flyer worden gemaakt voor verspreiding in Duitstalig grensgebied.

De meertalige brochure verschijnt in de herfst. Nieuw dit jaar is dat deze de USP's per attractie zal beschrijven in plaats van lange geschreven zinnen in vier talen. Uiteraard blijft er ruimte voor de informatie zoals openingstijden, prijzen en een plattegrond. De plattegrond zal iets wordt aangepast zodat het de functionaliteit beter ten goede komt.

De flyer heeft een oplage van 35.000 stuks en de brochure een oplage van 100.000 stuks. Beide oplages zijn gebaseerd op ervaringen van 2019 en 2022.

De intentie is de brochure niet meer in zakformaat uit te geven, maar in een gevouwen folder formaat zodat deze niet wegvalt in folder displays.

Gezien de late verschijning van de plattegrond zal deze in een oplage van 100.000 exemplaren uitgevoerd en verspreid worden. Onderstaande drukprijzen zijn dagprijzen (maart, 2023). Indien ten tijde van druk van de brochure de papierkosten en dus de drukkosten hoger uit kunnen vallen, zal te zijner tijd overlegd worden of kleinere oplage of hogere drukkosten akkoord zijn.

Campagne België

Bezoekers van Kerststad Valkenburg komen niet alleen uit de directe regio. De ervaring leert dat we steeds meer bezoekers mogen ontvangen uit België (Vlaanderen) en Franstalig België (bron: gegevens website en online ticketverkoop). Daarom is het belangrijk een gedeelte van het begrotingsbudget in te zetten op deze gebieden. Een goede mix van online en printmedia is daarbij gewenst.

Campagne Duitsland

Ook vanuit de grensregio NoordRijn Westfalen ontvangen we steeds meer bezoekers. Een gedeelte van de online marketing is al op de Duitse markt gericht. Daarnaast werkt Kerststad Valkenburg al jaren met het marketingbureau Mediamixx samen om de Duitse markt in pers, print en actiematig te bewerken. Dit naar alle tevredenheid van beide partijen. Daarnaast maakt Kerststad Valkenburg gebruik van de diensten en scherp aanbod van RBL om de campagne met Abri's in Aken te ondersteunen. Dit staat ook wederom voor 2023 op de planning.

Campagne Nederland en Limburg



Voorgaande jaren is vooral ingezet op regionale, lees: Limburgse bezoekers (buiten Valkenburg), te informeren en enthousiasmeren over Kerststad Valkenburg. Het voorstel is om dit ook in 2023 wederom sterk de aandacht te geven door gebruik te maken van een middelenmix in print, online en audio media (radio).

Daarnaast wordt ook gebruik gemaakt van de mogelijkheden bij landelijke online-special-interest magazines en andere media.

Middels speciale winacties kan tegen een goede prijs extra bereik onder de doelgroep (dames 30-55 jaar) gegenereerd worden. Hiervoor dient extra budget ingecalculeerd te worden: om de actieprijzen samen te stellen en de samenwerking aan te gaan.

Campagne Verenigd Koninkrijk

We hebben een voorstel gekregen van The World Travel Magazine waar we geen nee op kunnen zeggen. Vorig jaar hebben ze een editie gehad waar Duitse Kerstmarkten in gepromoot werden. Dit werd met veel succes ontvangen waardoor ze nu een uitgave willen maken over Kerstmarkten buiten Duitsland waar Valkenburg niet in mag ontbreken. In de editie, die eind oktober zal uitkomen en ook verspreid zal worden op de WTM (World Travel Market in Londen), krijgen we een volledige pagina advertentie en een editorial van 3 pagina's. Aangezien de print pas laat uit komt en de Engelse toerist dan nog een overnachting zou moeten regelen, hebben we tevens online acties aangevraagd die eerder (in de zomer) gecommuniceerd worden. Dit zal bestaan uit een webbanner, een kort artikel op de website en een videolink van onze eigen promofilm.

→ Voor de diverse campagnes zullen 10 uitingen/advertenties vormgegeven moeten worden.

Campagne Falckenstein

Na een tijdje van afwezigheid is in 2022 Prof. Dr. Falckenstein weer neergestreken in Valkenburg. Het is zaak om hem nu duidelijk te positioneren als ambassadeur en mascotte van Kerststad en daardoor een campagne rondom hem op te zetten. Er zullen korte filmpjes gemaakt worden die in aanloop naar Kerststad gedeeld kunnen worden op onder andere social media en de website. Deze filmpjes, met hoog Sinterklaasjournaal gehalte, worden in samenwerking met de geestelijk vaders van Falckenstein gemaakt en de kijker leert Falckenstein zo nog beter kennen als aanvulling op de straattheater act van 2022. De communicatie via de Kerststad Valkenburg kanalen wordt hiermee naast informatief ook al belevend in aanloop naar het bezoek aan Kerststad Valkenburg.

Daarnaast blijft er nog een klein budget beschikbaar om de act van Falckenstein te ondersteunen door middel van een printitem. Denk aan een sticker 'Falckenstein approved'. De precieze invulling daarvan is nog open en zal worden afgestemd.



Campagne Europeans Best Christmas Market

Net als vorig jaar zal ook dit jaar Kerststad Valkenburg in de running zijn voor beste kerstmarkt van Europa. Naast de inschrijvingskosten, zal er ook campagne gevoerd worden om tot een zo hoog mogelijk aantal stemmen te komen.

Kinderkerststad Campagne

Om inwoners uit de regio, voornamelijk gezinnen met kleine kinderen, te overtuigen Kerststad Valkenburg op een ander moment te bezoeken dan in het weekend, kan additioneel de campagne Kinderkerststad uitgevoerd worden.

Afhankelijk van de online verkopen gedurende weekdagen, kan later in het seizoen besloten worden de campagne weer in te zetten: indien verkopen naar verwachting verlopen kan het inzetten van de campagne leiden tot te veel bezoeken en daarmee de veiligheid in het geding brengen -> dan wordt de campagne niet ingezet.

Echter kunnen de verkopen en bezoeken achterblijven, dan is het interessant om ook de doelgroep 'gezinnen met kinderen' aan te spreken middels de campagne om daarmee de ticketverkoop te stimuleren -> inzet campagne.

Op de woensdagmiddagen worden extra kinderactiviteiten aangeboden. Deze speciale middagen worden middels een online campagne bij het regionale publiek onder de aandacht gebracht.

Aan deze campagne kunnen twee doelstellingen gekoppeld worden:

- Naamsbekendheid voor KinderKerststad.
- Meer bezoekers voor de activiteiten: deze doelstelling kan alleen behaald worden als de activiteiten ook een **exclusief programma** presenteren op de woensdagmiddagen. De ervaring heeft aangetoond dat indien er niets extra's georganiseerd wordt, of als het aanbod te klein is, er niet meer bezoekers specifiek op woensdag komen. Actieve deelname en bijdrage van de activiteiten is hierbij vereist.

(deze campagne is niet opgenomen in de begroting, op basis van nacalculatie)

Persbewerking, persbegeleiding en persmonitoring:

Jaarlijks verzorgt Visit Zuid-Limburg de (influencers) persbewerking en -begeleiding voor Kerststad Valkenburg. Dit heeft geresulteerd in het feit dat nationale en internationale pers (radio, print, online, tv, influencers) volledig en snel van de juiste informatie voorzien worden. Ook dit jaar zetten we een uitgebreide mailing vooraf in naar een ruime selectie perscontacten in binnen- en buitenland. De perswerking bestaat dan uit



een e-mailing en persberichten. De persbegeleiding bestaat uit het verstrekken van teksten en beeldmateriaal, tot het daadwerkelijk begeleiden van een dag(deel) in Kerststad Valkenburg. Aangezien social influencers steeds belangrijker worden in het bereiken van de doelgroep, wordt hier dit jaar extra budget voor gereserveerd. Het budget is bedoeld voor influencers die verschillende doelgroepen en verschillende nationaliteiten trekken. Daarom is dit budget niet 1 op 1 onder één van bovenstaande landencampagnes te schuiven. Ten behoeve van de eindrapportage zal ook de persmonitoring gedaan worden om te kijken welke medium welk bereik heeft behaald.

E-mailing Touroperators en Reisgezelschappen

Kerststad Valkenburg is dé bestemming voor één of meerdaagse reizen. Nog steeds ook in groepsverband. Veel touroperators, reisgezelschappen en reisagentschappen hebben voorgaande jaren Kerststad Valkenburg in hun arrangementenaanbod opgenomen. Het is van belang om hen te informeren dat Kerststad Valkenburg plaatsvindt en hen juist en tijdig te informeren over de openingstijden, - dagen, entreprijzen, wijze van ticketaankoop, aanrijroutes en parkeergelegenheden. Daarom verstuurt Visit Zuid-Limburg een e-mailing.

Kerstkrant/kerstmagazine

Eigenlijk een onderdeel van de Nederland/Limburg campagne: de Kerststad Valkenburg krant die in Zuid-Limburg huis-aan-huis verspreid wordt. Hoewel bleek dat toeristen de kerstkrant ook goed hebben ontvangen in enkele hotels waar deze beschikbaar was, is de primaire doelgroep de Zuid-Limburgse bewoners en deze als het ware ambassadeurs van Kerststad maken. Wanneer we het middel zouden inzetten om de toerist te informeren, moet er èn een andere insteek worden gekozen (lees: 4-talig etc) èn vind er overlapping plaats met andere drukwerken. Ook verliezen we dan de doelgroep inwoners en is er voor groot aantal adverteerders minder noodzaak om te adverteren omdat zij de inwoner als doelgroep hebben. Daarom zal de kerstkrant ook dit jaar weer insteken op de doelgroep Zuid-Limburgse bewoners en niet de toerist. Een andere grote reden is, dat wanneer de kerstkrant bij de hotels zou moeten komen, de oplage op z'n minst verdubbeld moet worden en dat is ontzettend kostbaar.

Gezien de kwaliteitsslag die vorig jaar gemaakt is, wordt ook dit jaar weer samengewerkt met Uitgeverij Mijn Gazet. Kerststad voorziet de krant van redactie (waarvoor ontwerp vanuit James Robinson nodig is) en de krantaanbieder verzamelt adverteerders. Hiermee ontstaat een win-win situatie voor beide partijen. Insteek dit jaar is dat er meer achtergrondinformatie in interviewstijl wordt beschreven in plaats van puur informatief.

Streetdisplays Valkenburg



Vanuit Gemeente Valkenburg, maar ook vanuit Kerststad Valkenburg is de wens geuit dat de straatdisplays in Valkenburg een zelfde uitstraling en huisstijl van Kerststad Valkenburg dragen.

Voor de 10 verschillende attracties worden 10 verschillende displays ontworpen op basis van de voorstellen van James Robinson uit de huisstijl pitch. Drukkosten en plaatsing zijn niet opgenomen in de begroting.

Banieren

In 2022 zijn in de nieuwe huisstijl banieren ontworpen. Voor dit jaar gaan we uit van hergebruik van de bestaande banieren. Plaatsingskosten zijn in het verleden altijd door de Gemeente Valkenburg betaald en daarom niet opgenomen in de offerte.

Stadsplattegronden op strategische punten

Net als in 2022 is de wens vanuit de Gemeente Valkenburg om de stadsplattegrond zoals zichtbaar in de brochure ook geplaatst zou worden op strategische plekken. De opmaak van de plattegrond an sich is reeds meegenomen onder het kopje 'flyer & brochure'. Het ontwerp met de informatie over tickets en dergelijke moet opnieuw opgemaakt worden. Drukkosten en plaatsing zijn niet meegenomen in deze offerte.

Signing onderdelen

Om uniformiteit uit te stralen, zal de in 2022 nieuw ontwikkelde huisstijl worden doorgevoerd op de signing in de stad zelf. Denk aan borden op de parkeerplaatsen of de borden aan de hekken van het Grendelplein. Drukkosten, ontwerpkosten en plaatsing zijn niet meegenomen in deze offerte.

Overlegmomenten betreffende Marketing Kerststad Valkenburg

Gemeente Valkenburg - en Stichting Kerststad Valkenburg worden regelmatig persoonlijk op de hoogte gehouden van de stand van zaken op dat moment betreffende de uitvoering van het plan. De verschillende partners worden tussentijds op de hoogte gehouden en benaderd over het verloop van de diverse onderdelen, wanneer hiervoor input benodigd is.