Stichting
RegioMarketing Toerisme

# JAARPLAN 2022

LAND IN FRIESLAND

# WELKOM IN 2022

Als het nog niet duidelijk was, dan hebben de afgelopen jaren wel bewezen dat je moet zorgen dat je de zeilen goed moet kunnen besturen, omdat er altijd wind uit onverwachte hoek waait. Zorgen dat je zaken op orde zijn, je goed vindbaar bent en mensen een fijne tijd bezorgt blijft de basis. Dat geldt voor ondernemers, organisaties en ook voor RMT (Regiomarketing Toerisme Noordoost Friesland) . Wij zijn één van de spelers op het veld van een spel dat niet in een vast teamverband gespeeld wordt. Onlangs is een evaluatie gedaan van RMT tot nu toe en we zijn ronduit trots op de resultaten. Er is waardering voor de stichting en haar werk en we vervullen een nodige taak. In 2022 starten we met het maken van een meerjarenplan waarin we uiteraard de kansen uit de evaluatie meenemen.

Onze missie blijft hetzelfde:
Toeristen en bezoekers naar onze regio trekken, dus naar Fryslân en in zeker zin ook de Groninger grensgemeenten. De toerist denkt niet in grenzen maar trekt een cirkel om zijn/ haar (potentiële) verblijf en vult vanuit daar de vakantie in. Dan is het van belang dat hij/zij ziet wat Land in Friesland te bieden heeft.

Wij zijn er voor marketing (promotie), gastheerschap (middelen) en het lerend netwerk (achterban). Tijd en middelen zijn schaars, maar we halen er alles uit.
Met VisitFriesland werken we sinds de zomer van 2021 aan een voor destinatiemanagement verregaande samenwerking. Zo bundelen we de krachten en verdelen we de taken. Gelijkwaardig, met ieder eigen expertise. De indeling waar we nu voor kiezen is dat marketingtaken meer samen met VisitFriesland worden opgepakt en gastheerschap en het lerend netwerk door RMT. In de loop van het pilotjaar 2022 kristalliseert zich uit hoe onze plannen in de praktijk werken en sleutelen we met elkaar verder.

Wat zijn onze doelen in 2022 en wat gaan we doen om dat te bereiken?
In de volgende hoofdstukken hebben we dat weergegeven aan de hand van onze clusters marketing, gastheerschap en lerend netwerk.

# MARKETING

Land in Friesland is een prachtige bestemming voor de actieve vakantieganger. En dat laten wij zien aan potentiële gasten in Nederland, uiteraard met als doel een (bijdrage leveren aan) stijgend aantal gasten.

## speerpunten

We volgen vooral de verhaallijnen van VisitFriesland en VisitWadden. Arcadia – de triënnale vanuit Culturele Hoofdstad - biedt voor ons (vooralsnog) weinig kansen en mogelijkheden. We houden de ontwikkelingen goed in de gaten en mocht er aanbod komen in de schouderseizoenen dat toeristisch gezien interessant is, dan haken we zeker aan. De focus blijft op de schouderseizoenen.

### Schouderseizoen

De periode tussen de lage en hoge seizoenen van een bestemming van het toerisme. Voor onze regio rekenen we de periodes september - december en maart - juni daartoe.

### Verhaallijnen

VisitFriesland heeft in 2020-2021 5 verhaallijnen uitgewerkt:

Wadden
Water
Elf steden
Wouden
Cultuur

Met deze indeling kan het aanbod van onze regio "afgedekt" worden.

# MARKETING - WAT GAAN WE DOEN?

**Online marketingcampagnes**

Adwords, display, Facebook, Insta

- Periode februari – maart - wandelen, shoppen, cultuur – wouden – water- Dokkum
- Periode april- juni – wandelen, fietsen, varen, shoppen, cultuur – Water – Wouden, Wadden, Dokkum
- Periode september – oktober – wandelen, fietsen, varen, cultuur, dark sky – Water, Wouden, Wadden, Dokkum
- Periode Kerstvakantie – oriëntatie zomervakantie – alle verhaallijnen
- Socials blijven inzetten

**Pers & PR**

- 8 bloggers laten ervaren en blog laten maken
- 2.Eerdere content actualiseren waar nodig en blijven delen
- 3.Overige perskansen pakken
- 4.Reviewcampagne uitrollen met ondernemers

**Actie**

Stevig aanhaken bij “De Tocht” : de wintervoorstelling die beoogt iedere herfst en winter een fors aantal bezoekers naar Friesland te halen. Wij zorgen dat deze bezoekers een aanbod krijgen om daar omheen in onze regio te verblijven.

# GASTHEERSCHAP

Wanneer een gast of bezoeker het gebied optimaal kan beleven, is dat reden voor ambassadeurschap en herhaalbezoek. Deze keten maken we met ondernemers, organisaties en inwoners. Dat gaan we merken door een bredere verspreiding van onze informatiemiddelen en meer gebruik door gasten en bezoeker. Dat meten we via onze achterban en online met statistieken.

## Speerpunten

- Online zijn we volledig en mensen kunnen makkelijk op basis van interesse hun inspiratie, activiteiten en accommodatie vinden en boeken.
- Informatievoorziening is aantrekkelijk, gastvrij, herkenbaar en optimaal bruikbaar.

# GASTHEERSCHAP - WAT GAAN WE DOEN?

- Database/ ODP blijven we vullen en verrijken. We helpen ondernemers en organisaties om dit goed te doen.
- Evenementenpagina koppelen en uitbouwen
- Website bijhouden en optimaliseren
- Routes aanvullen op de site (rondjes) en onderzoeken of een filteroptie kan worden toegevoegd.
- Socials
- Krachten achterban bundelen in promotie en gastheerschap
- Logo, links en online magazine op ondernemerssites
- Toeristisch magazine uitgeven
- Meedoen in de provinciale toeristische krant
- Orientatiekaart NE, DU herdruk, ENG maken

LANDINGSPLEK
LAND IN FRIESLAND

# LEREND NETWERK

Met elkaar zijn wij Land in Friesland. Hoe meer we dat uitstralen in wat we doen en laten zien, hoe zichtbaarder ons totale aanbod.

**speerpunten**

- Met ondernemers en organisaties maken wij de regio. De ketting verlengen en versterken.
- Ook met de rest van het speelveld kunnen we meer synergie en dus waarde creëren ten bate van de bezoeker/gast en ondernemer.

# WAT GAAN WE DOEN?

1.Verspreidingspiramide opzetten
Een eigen distributienetwerkje om het voor ondernemers gemakkelijker te maken ook na de foldermarkt materialen te krijgen.
2.Foldermarkt
3.Najaarsbijeenkomst
4.Werksessies en cursussen op aanvraag
5.Voortzetten afstemming en waar mogelijk samenwerking met Friese regios en Groninger grensregio's (Waddenland, Westerkwartier).

# ORGANISATIE

We willen het maximale uit onze tijd en middelen halen, meters maken. Inmiddels is RMT behoorlijk gegroeid in haar taken. Dat heeft effect op de administratieve en organisatorische zaken en het informatiebeheer. Daarom nu de stap naar meer automatisering.

## speerpunten

- Zoveel mogelijk tijd voor onze kerntaken binnen de clusters.
- Professionaliseren en daarmee stabiliseren van automatisering: van excel en veel handmatig op verschillende plekken naar een goed passend systeem dat werk uit handen neemt.

# WAT GAAN WE DOEN?

1.Een administratieprogramma kiezen en gebruiken.
2.Onderzoeken hoe we informatiebeheer en opslag kunnen professionaliseren.

Stichting Regiomarketing Toerisme
p/a Kleine Breedstraat 4
9101LB Dokkum

info@rmtnof
www.rmtnof.nl
groep: @Stichting Regiomarketing Toerisme Noordoost Friesland

www.eropuitinfriesland.nl
@eropuitinnoordoostfriesland
@eropuitinfriesland

## BESTUUR

| | |
|---|---|
| Fokko Eybergen (voorzitter) | Recron-HISWA |
| Bert Gommers (secretaris) | Uytland |
| Sabina Reitsma (penningmr) | KHN |
| Ulbe Postma | TBE |
| Sjoerd de Hoop | Gastengilde |
| PierJan Boersma | NFW |
| Iris Rusz | TIP Eastermar |
| Frederieke van der Lijn | Markant Friesland |
| Audrey Stielstra | ond. ver. De Groene Ster |
| Cathrienus Herrema | NP De Alde Feanen |
| Gerben Land | Toeristisch Achtkarspelen |
| Janke Hoekstra | Ontdek ons |

## WERKTEAM

Liesbeth Schievink
Lisette Grasmeijer