

LEEFSTIJLVINDER

Live

**WELKOM BIJ DE
CASE VAN
GINDER & HET
NATIONALE PARK
DE HOGE VELUWE**

GINDER

- Hét bureau voor een vrijetijdseconomie die werkt betekenisvolle plekken en bestemmingen. Met een verrassende kijk op kansen.
- Spreken de taal van overheden en aanbieders.
- Merkstrategie & positionering
- Beleidsontwikkeling & visieprocessen
- Onderzoek & monitoring

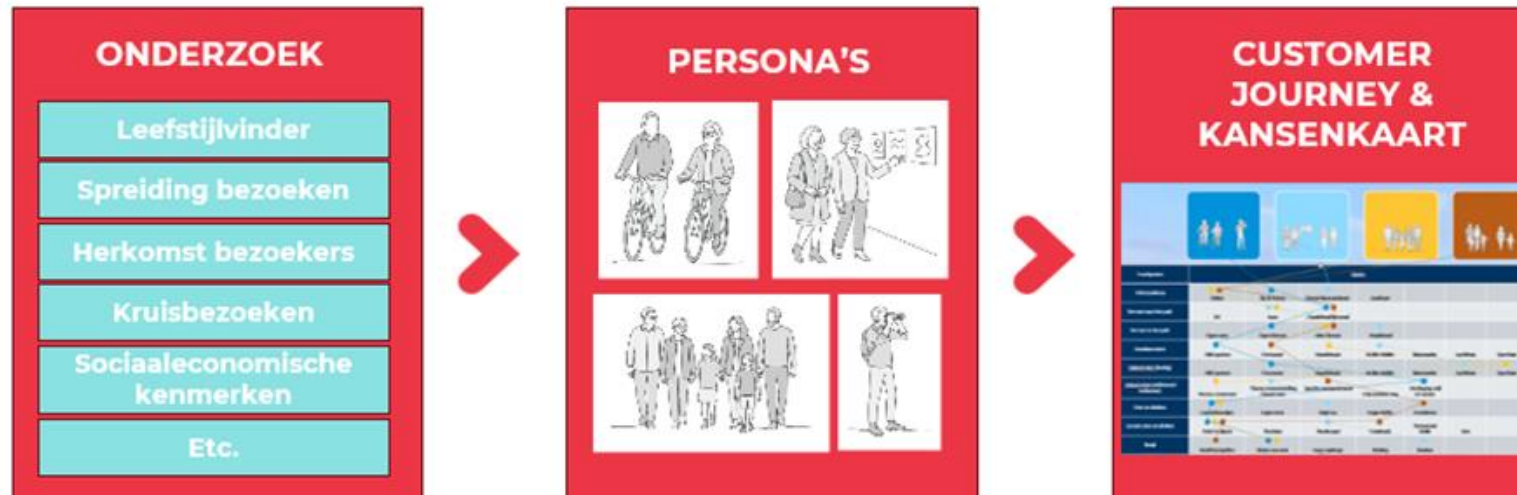


AANLEIDING EN DOEL

- Ondersteuning bij richting voor de komende 10 jaar
- Behoefte aan data & trends als onderbouwing
- 600.000 bezoekers/jaar (max. 700.000)
- Welke doelgroepen zijn het meest interessant voor de toekomst
- Welke doelgroepen bezoeken ons op dit moment nog niet?
- Omzet per bezoeker verhogen vanwege stijgende kosten



ONZE AANPAK



WAAROM PERSONA'S?

- Verschillende onderzoeken samenvoegen
- Abstracte segmenten concretiseren
- Persona's geen doelgroepen, maar (arche-)typen 'gebruikers'
- Geven potentiële en huidige bezoekers een gezicht
- Gebruiksgemak voor interne organisatie

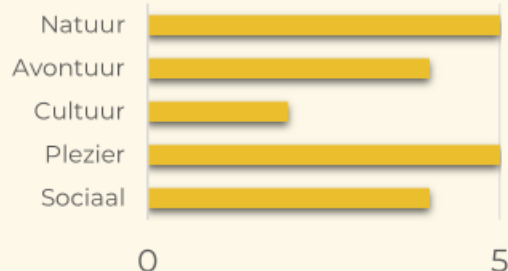


PERSONA 7. FAMILIE HAAGMAN

De familie Haagman, bestaande uit opa Bart (72), oma Jennie (69), dochter Femke (42) en haar man John (44) en hun twee kinderen Lola (8) en Jake (10), gaan graag met z'n allen een dagje of weekendje weg en gaan eens in de zoveel jaar naar het Nationale Park de Hoge Veluwe. Nu opa en oma nog fit genoeg zijn, wandelen ze graag met elkaar in de natuur. Ze wisselen dit af met een kopje koffie en een taartje, ergens lunchen of aan het einde van de middag een bitterbal.



Motivatie



Doelstelling

- ☐ Tijd doorbrengen met de familie
- ☐ Kleinkinderen laten rennen en spelen
- ☐ Bijpraten over de drukke levens
- ☐ Een gezellige dag waarbij plezier voorop staat
- ☐ Het ideale uitje zoeken tijdens het familieweekend

Kernwoorden

Familie, gezelligheid, natuur, meergeneraties, sociaal, vrolijk, gemoedelijk en hartelijk.

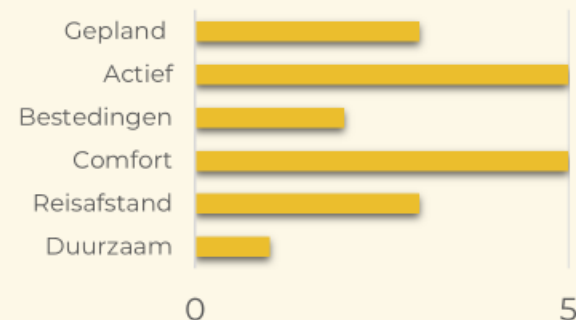
Hoogtepunten

Familie Haagman woont in de buurt en was op zoek naar een uitje voor hun geplande familiedag. De familie heeft afgesproken om te parkeren bij het **Park Paviljoen** en vanaf daar de dag te starten. Dat kan dan ook niet zonder een drankje met gebak bij het **restaurant**. Een dag in het Nationale Park De Hoge Veluwe is vervolgens geslaagd wanneer de familie lekker is gaan wandelen in de natuur en tijd met elkaar heeft kunnen spenderen. Ze gaan graag aan de hand van een **leuke route** op pad. Daarbij zou het mooi zijn als ze de **edelherten** kunnen spotten of het **Jachthuis** zien. Na de wandeling nemen ze nog lekker plaats op het terras van het **Park Paviljoen**, terwijl de kleinkinderen hun laatste energie opmaken in **de speeltuin**.

Wensen en behoeften

- ☐ Korte wandelroutes met goede paden voor opa en oma
- ☐ De mogelijkheid om iets te eten of drinken en lekker te zitten
- ☐ Vermaak voor alle drie de generaties
- ☐ Speelgelegenheden
- ☐ Goede bereikbaarheid

Reisvoorkeuren



Zoektermen

Groepsuitje, speeltuin, leuke routes

Informatie

TV & radio

Mediagebruik

Accommodatie

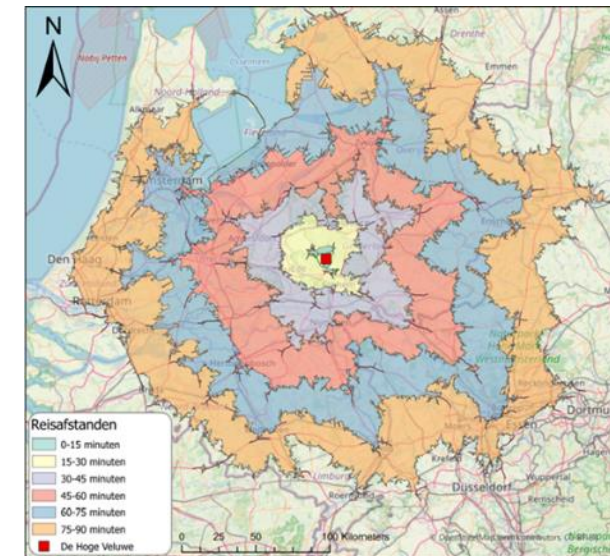
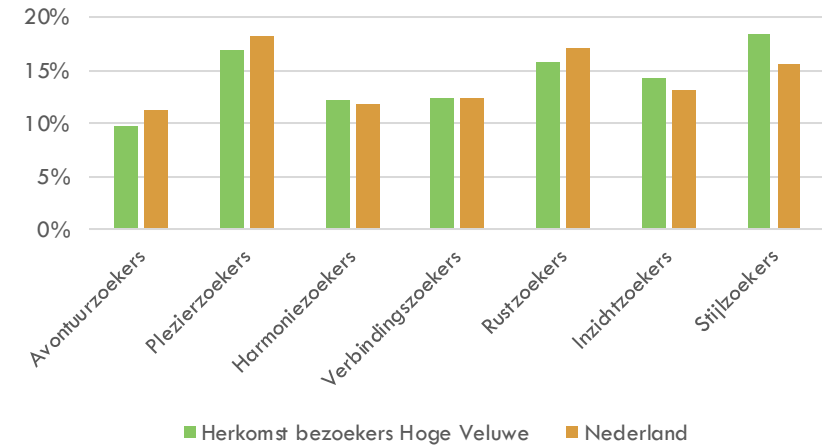
Mobiliteit (naar het park)

Mobiliteit (in het park)



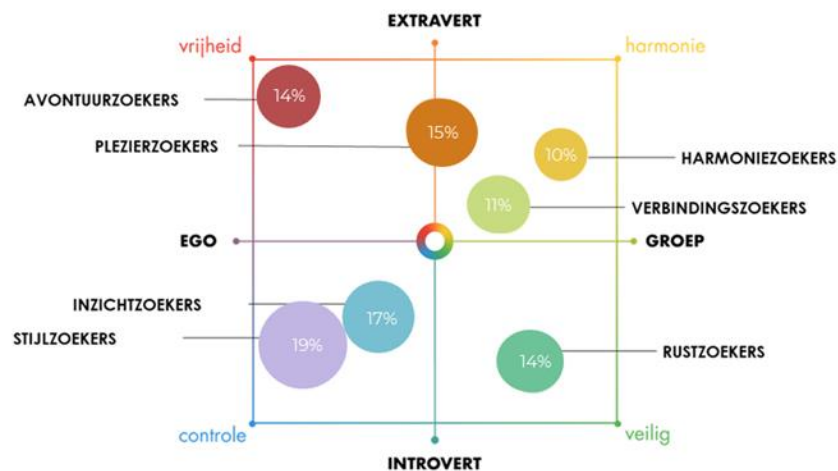
ONDERZOEK EN INZICHTEN

- Leefstijlen bezoekers NPDHV redelijk gelijk aan verdeling 'Nederland'
- Meer dan 60% heeft een 'reistijd' van 60 min of meer
- Veel seizoensmatig bezoek, vakanties en weekenden belangrijk
- Het Kröller-Müller Museum trekker voor stedelijke gebieden/Randstad, ook leefstijl verschil
- Nog potentie in interactie bezoekers- groepen met gelijk interesseprofiel

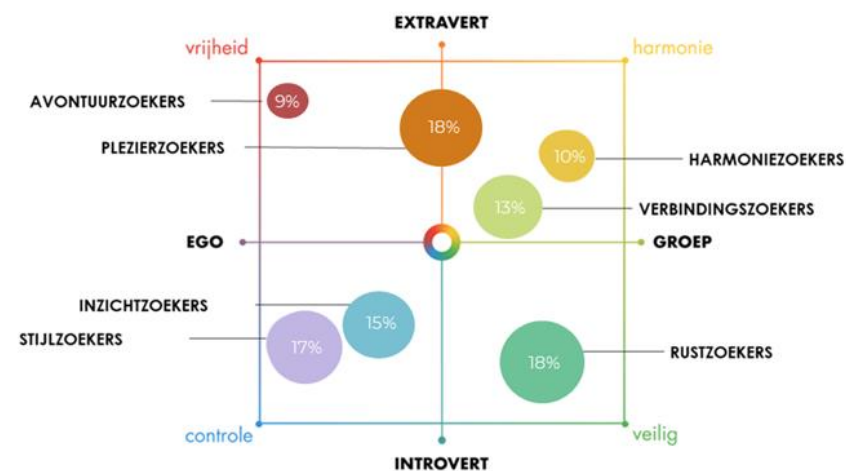


ONDERZOEK EN INZICHTEN

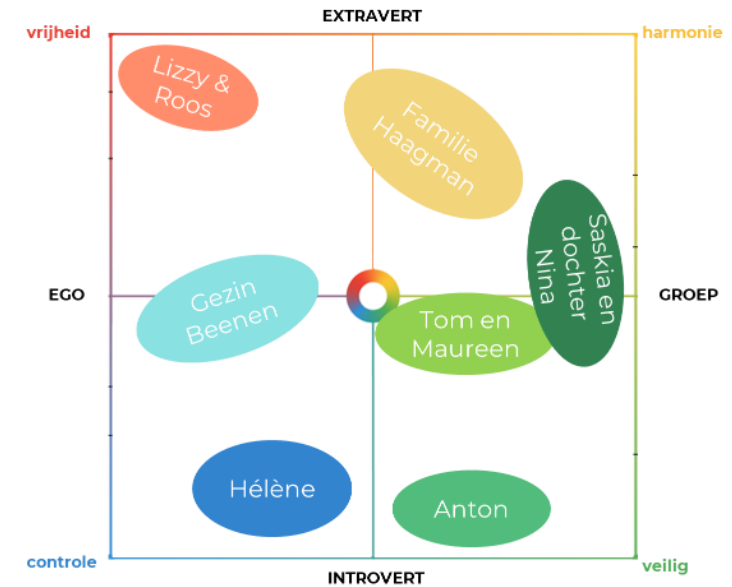
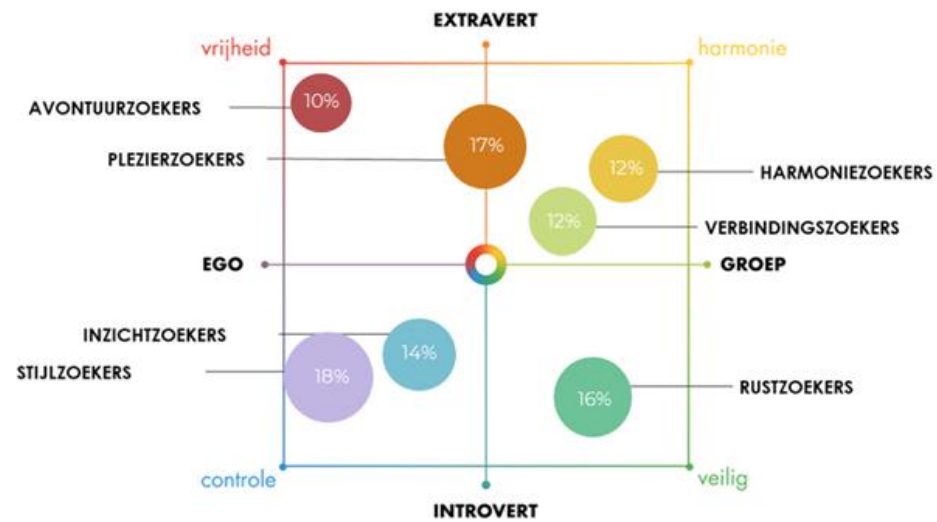
Kröller-Müller Museum



Museonder

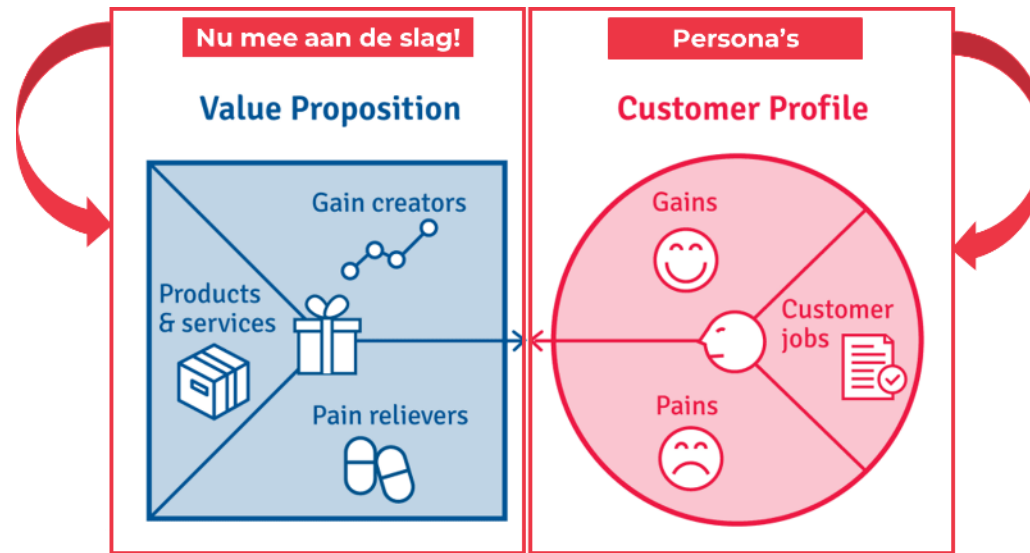


ONDERZOEK EN INZICHTEN



AAN DE SLAG!

- Workshops waren een belangrijk onderdeel van het proces
- Vanuit de persona's werken aan een toekomstige bezoekersbeleving
- Kijken door de bril van de persona's

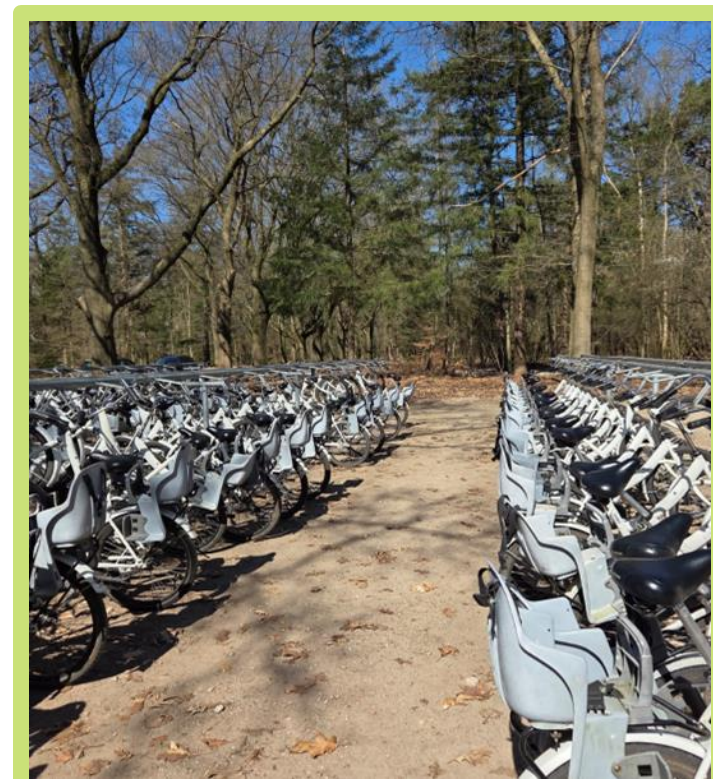


AAN DE SLAG!

- **Stap 1:** Ga in groepjes van 2 of 3 uiteen;
- **Stap 2:** Ga bij één van de persona's staan;
- **Stap 3:** Kies een natuurlocatie die jullie allemaal goed kennen (of kies voor De Hoge Veluwe);
- **Stap 4:** Beantwoord onderstaande vraag vanuit het perspectief van de persona. Denk open en zonder beperkingen.

Hoe ziet de **meest optimale bezoekersreis** van de persona eruit voor de door jullie gekozen natuurlocatie?

Belangrijk: probeer je echt goed in te leven in de persona!
Hoe meer ideeën hoe beter.



AAN DE SLAG!

PRE-SERVICE PERIOD	SERVICE PERIOD	POST-SERVICE-PERIOD
Advertenties +	+	Klantbinding +
Social Media +		Social Media +
Mond-tot-Mond +		Mond-tot-mond +
Vorige ervaring +		
Verwachtingen +	- +	Ervaring +

BEDANKT VOOR JULLIE AANDACHT!

LEEFSTIJLVINDER

Live

CASE HET NATIONALE PARK DE HOGE VELUWE



Download
de presentatie