

A woman with long blonde hair, wearing a green vest over a white shirt and green pants, and a man in a white shirt and red pants are standing on a cobblestone street, looking up at a large, colorful mural on a building wall. The mural features abstract shapes and figures in various colors like blue, yellow, and red. A black street lamp is visible on the left. The background is a mix of a real street scene and a stylized, geometric, low-poly illustration of buildings in shades of purple and pink.

LEEFSTIJLVINDER

Live

**KLEUR BEKENNEN
AANBOD KLEUREN
MET DE
LEEFSTIJLVINDER**

WELKOM!



Ellen Ruiter

Senior adviseur

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd



Nina Ruigrok

Adviseur

Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd



WAT GAAN WE VANDAAG DOEN?

- **Verblijfsrecreatief** aanbod kleuren:
 - Wat is het en waarom doe je het?
 - Waar let je op?
 - Wat zijn valkuilen?
- Zelf oefenen
- Vragen

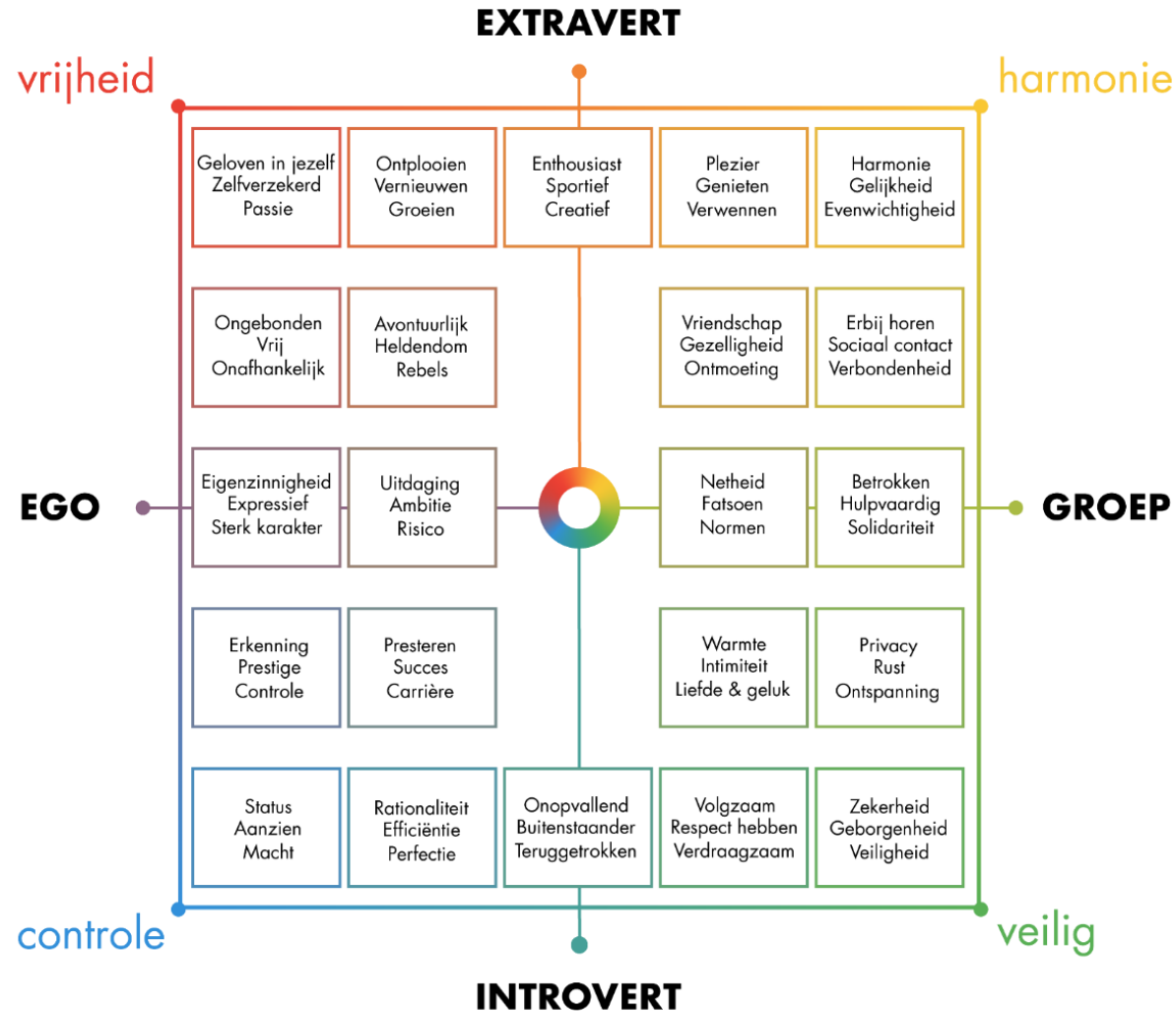


WAT IS KLEUREN EN WAAROM DOE JE HET?

- Beoordelen van de beleving: in welke behoefte wordt voorzien?
- Inzicht krijgen in aantrekkelijkheid voorziening of gebieden
- Aanbod in kaart brengen, bijvoorbeeld voor beleidsvorming, productontwikkeling, marketingstrategie, etc.
- **Beleving, beleving, beleving!**



IN WELKE BEHOEFTE WORDT VOORZIEN?



‘CAMPING HEEFT ALTIJD IETS HARMONIEZOEKER- ACHTIGS’...?’



‘CAMPING HEEFT ALTIJD IETS HARMONIEZOEKER-ACHTIGS’....



‘CAMPING HEEFT ALTIJD IETS HARMONIEZOEKER-ACHTIGS’....



‘CAMPING HEEFT ALTIJD IETS HARMONIEZOEKER-ACHTIGS’....



‘CAMPING HEEFT ALTIJD IETS HARMONIEZOEKER-ACHTIGS’?



VOORBEELDEN CAMPING

EXTRAVERT



EGO

GROEP



INTROVERT

VOORBEELDEN HOTEL

EXTRAVERT



EGO



GROEP



INTROVERT



VOORBEELDEN VAKANTIEWONING

EXTRAVERT



EGO

GROEP



INTROVERT

KLEUREN IN DE PRAKTIJK

- Op welke manier kan je kleuren?
 - Online bedrijfsscan (verblijfsrecreatie en horeca)
 - Gratis te doen op ruimteenvrijetijd.nl/tools
 - Websitebezoek
 - Maar het liefste: bezoeken van onderneming
- Hoe leer je kleuren?
 - Begrijpen van de theorie, maar ook oefenen tot je de leefstijlen kunt dromen
 - Dieper de data in op Leefstijlvinder.nl

Label	Totaal	Avontuur	Plezier	Harmonie	Verbinding	Rust	Inzicht	Stijl
Gezelligheid	40.4 %	34.1 %	44.2 %	61.7 %	46.4 %	33.7 %	25.6 %	39.1 %
Rust en stilte	24.8 %	24.2 %	15.7 %	15.3 %	29.3 %	33.9 %	37.0 %	18.6 %



KLEUREN IN DE PRAKTIJK: ONLINE AANWEZIGHEID

Waar letten we op?

1. Eerste indruk & uitstraling
2. Beeldgebruik
3. Inhoud & informatie
4. Social media



KLEUREN IN DE PRAKTIJK: HET BEZOEK

1. Eerste indruk & uitstraling

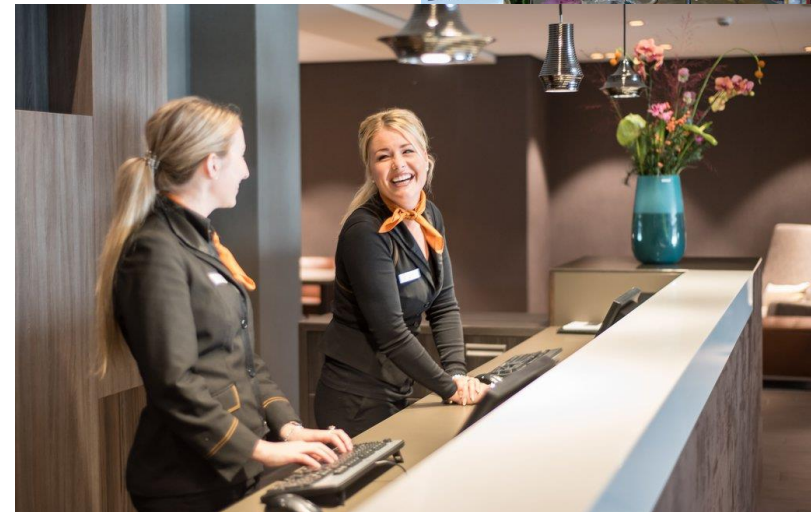
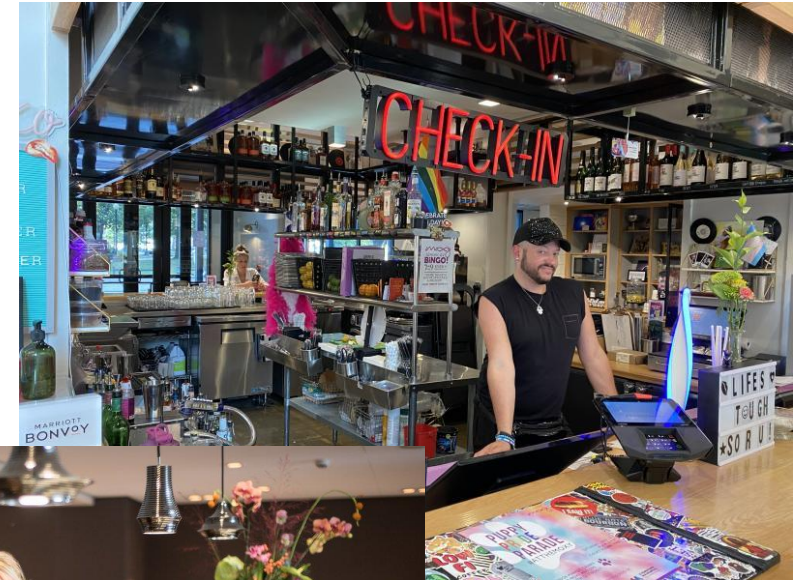
- Bewegwijzering en bereikbaarheid
- Onderhoud en netheid terrein
- Architectuur en buitenaanzicht (modern, erfgoed, basic, luxe)
- Eerste sfeerbeeld: warm, formeel, creatief, rommelig, verzorgd
- Is er sprake van thematiek?
- Lig de accommodatie op een speciale plek?



KLEUREN IN DE PRAKTIJK: HET BEZOEK

2. Gastvrijheid & ontvangst

- Manier van begroeten (formeel/informeel, persoonlijk/afstandelijk)
- Aanspreekvorm ('u' of 'jij')
- Gastheerschap: oprecht, commercieel of zakelijk
- Personeel: kleding, houding, professionaliteit



KLEUREN IN DE PRAKTIJK: HET BEZOEK

3. Inrichting & sfeer

- Interieurstijl: eigentijds, klassiek, thematisch, basic
- Geur, geluid, verlichting, materialen
- Mate van verzorging en detailniveau
- Thematisering of uniek concept zichtbaar



KLEUREN IN DE PRAKTIJK: HET BEZOEK

4. Voorzieningen & aanbod

- Aanwezigheid, niveau en onderhoud van voorzieningen
- Privacy versus ontmoeting (gezamenlijke ruimtes, speeltuin, lounge)
- Mate van ontzorging (volledig verzorgd of zelf regelen)
- Informatievoorziening over omgeving (folders, tips, borden)



KLEUREN IN DE PRAKTIJK: HET BEZOEK

5. Gasten & identiteit

- Wat voor type gasten ziet de ondernemer?
- Hoe omschrijft de ondernemer zijn doelgroep en waarden?
- Onderscheidend vermogen: wat maakt deze plek uniek? En volgens de ondernemer?



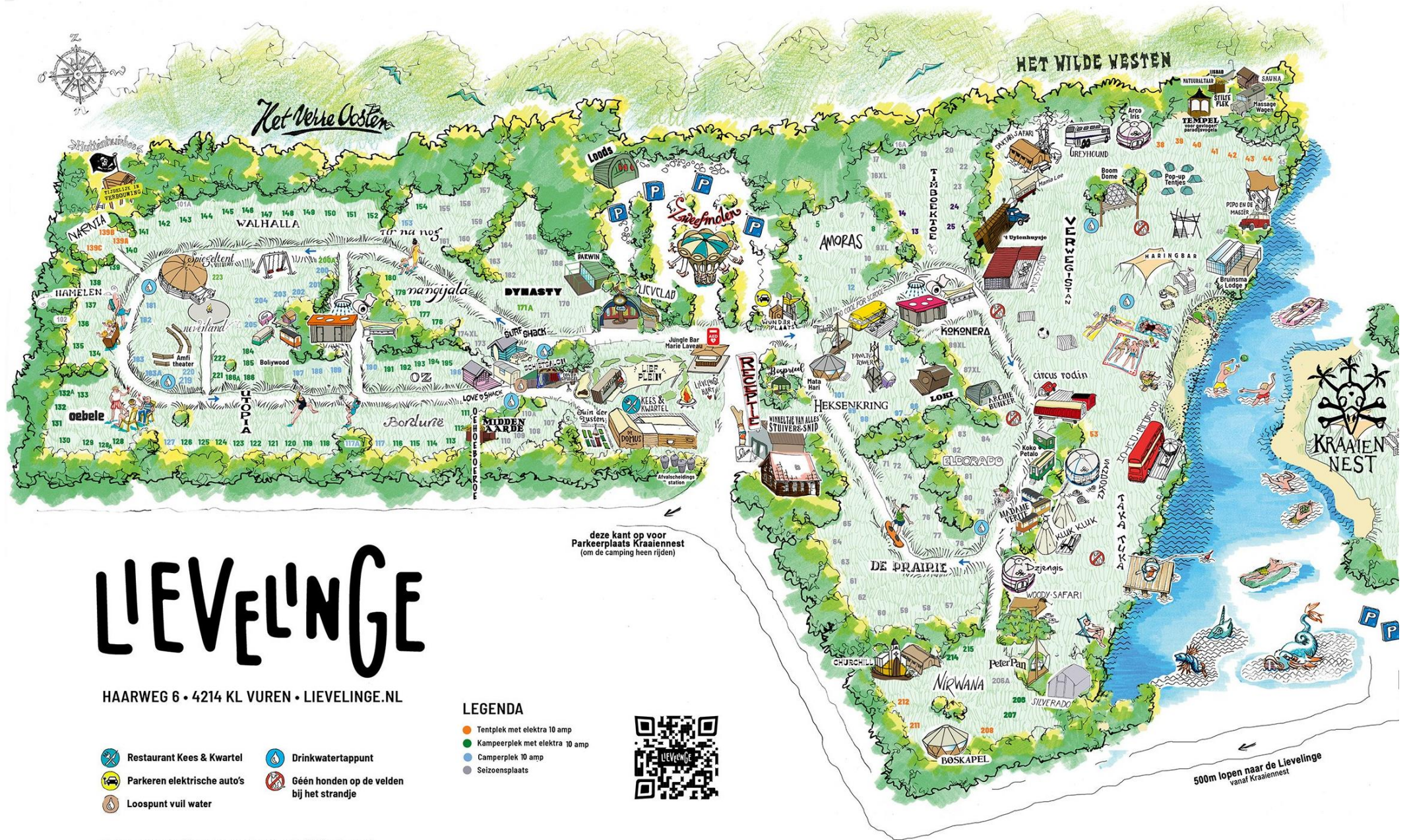
NU JULLIE

Beken kleur!





**JE HEBT ONS
GEVONDEN**



Parkeren 2e auto / bezoek op parkeerterrein bij Kraaiennest



Uitermate geschikt voor grote families, Tripel dates of bedrijfsdinges. Eventueel uit te breiden naar een verblijf voor 10 personen in combinatie met haar buurman Huurling; Koko Petalo, de zigeuner koning.



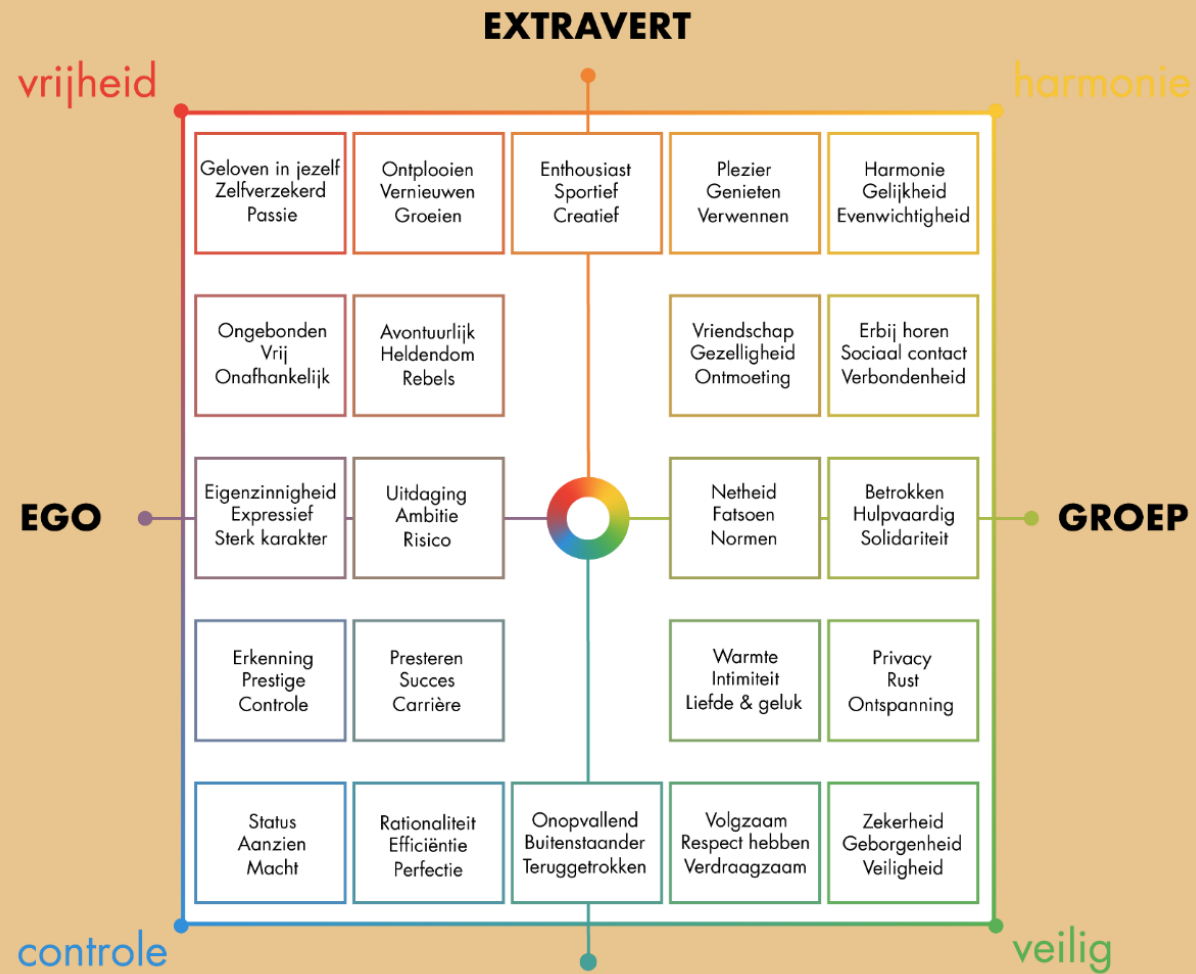
Aan het eind van deze regenboog kust het zomergoud het water.

Arco Iris is het Spaanse woord voor een regenboog het is wat wij allen creëren wanneer, zelfs wanneer het regent, op de LieveLinge nog de zon schijnt. Maar ook is het onze manier om eer te betonen aan een van de meest kleurrijke individuen die onze camping gekend heeft.

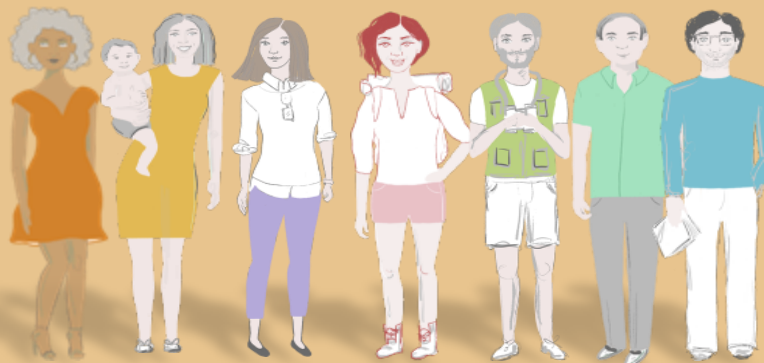
Liever verliefdelingen.

De Love Shack, de ideale hangout voor love birds en andersoortige verliefdelingen. Als je goed zit kun je immers overal wel verliefd op worden in het leven.





INTROVERT





Nu boeken

CoronaZeist-Utrecht

Boek een kamer met 5% korting

Book here at the best price ✕

📅 30 Oct → 31 Oct

Benefits

- ✓ Save at least € 2,27
- ✓ Laagste prijsgarantie
- ✓ Reserveer veilig online
- ✓ Betaal direct

Book now for € 89,77

Booking.com	€ 92,04
Expedia	€ 94,49

Powered by [Lighthouse](#)

Hoe kan ik je helpen?

Boek een kamer en ontvang 5% korting!!!

Boek een kamer en ontvang 5% korting!!!



Site



Mail
(info@coronazeist-utrecht.nl)



Telefoon (+3130
6930696)



WhatsApp (+3130
6930696)

Nu boeken

Locatie

Dit eenvoudige hotel in een roodbakstenen gebouw op de hoek van een drukke winkelstraat ligt op 1 minuut lopen van het busstation van Zeist en op 16 km van Utrecht Centrum.

De kamers hebben een badkamer met een douche en toilet, gratis wifi en een tv. Voor het ontbijt en de parkeergelegenheid geldt een toeslag.

Huisdieren zijn welkom (toeslag)!

Parkeren:

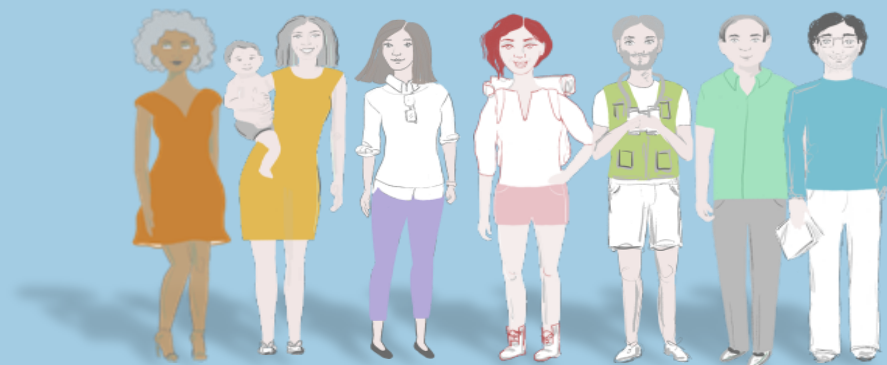
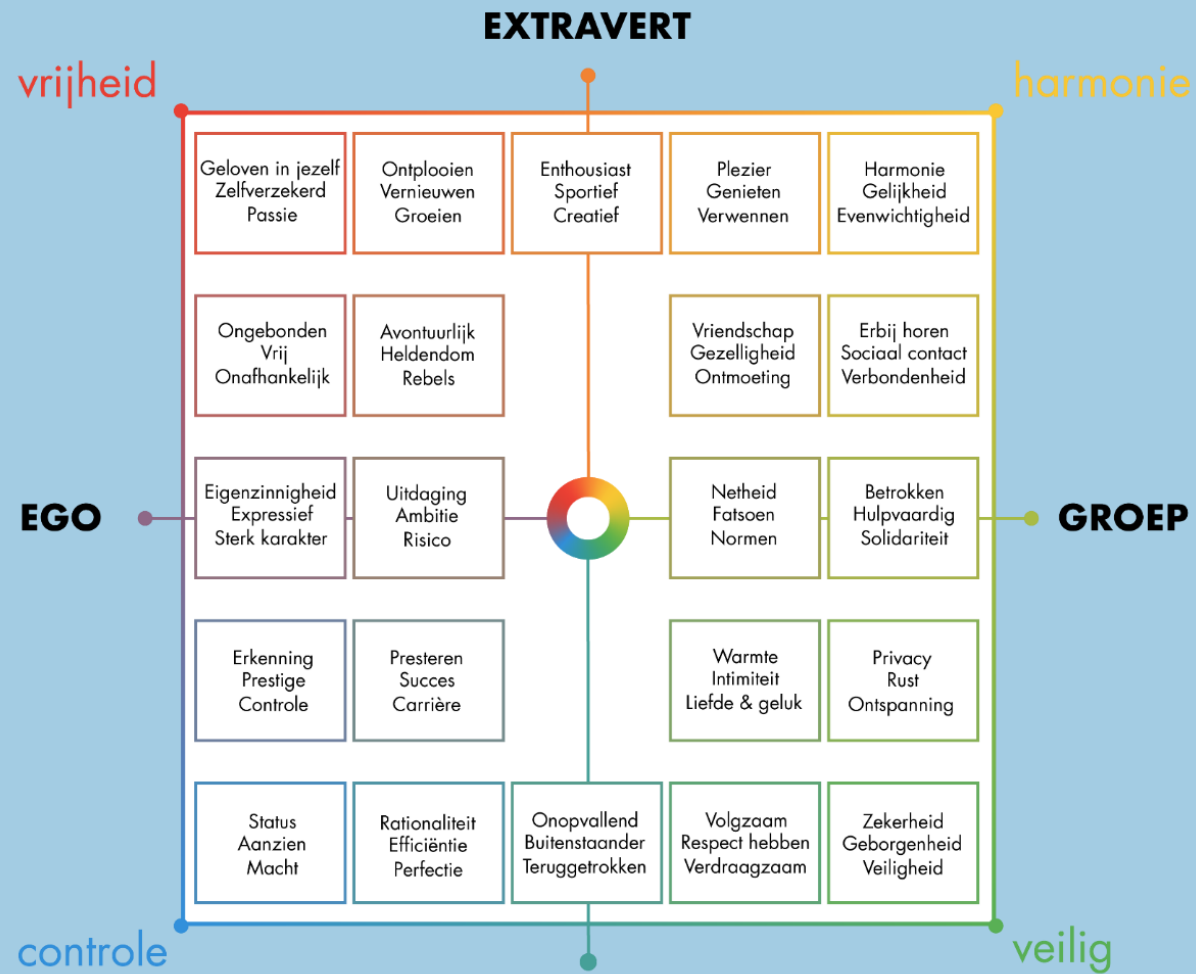
Openbaar parkeren is mogelijk in de buurt van de accommodatie. Reserveren is niet mogelijk. Parkeerkosten in parkeergarage Slotlaan/Luifel: € 2,50 /u of € 6,00 per dag.

Parkeerkosten op parkeerterreinen: €2,50 / u of € 10,00 per dag.

MA – Do: 19.00 tot 9.00 uur, Vrij: 21:00 tot 9 uur, Za: 19:00 tot 9 uur, zondag en feestdagen gratis.

U kunt gehele dag gratis parkeren bij Prins Hendriklaan, 5 min loopafstand van Hotel.





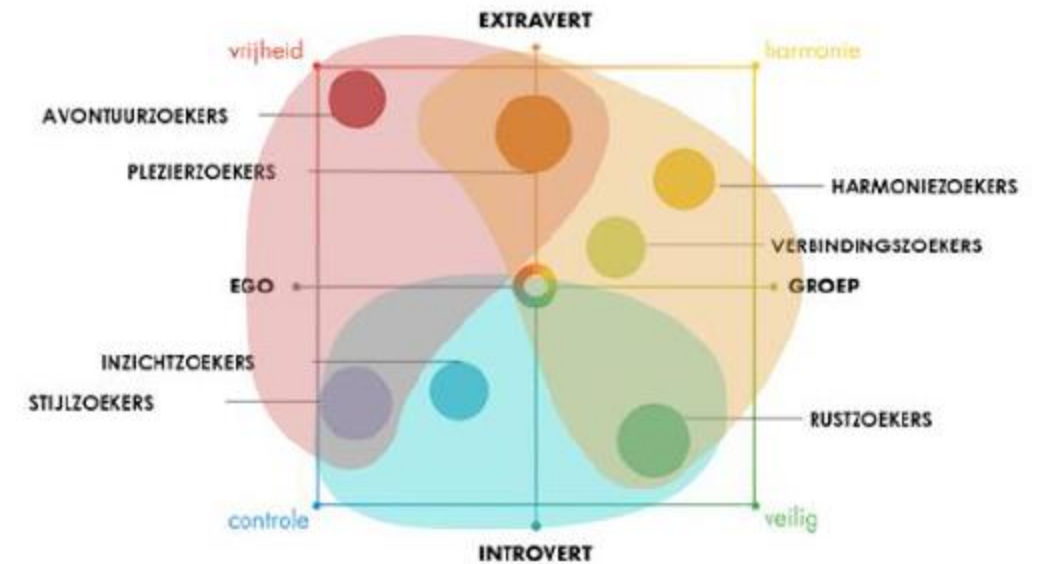
VALKUILEN EN AANDACHTSPUNTEN

- Niet denken in demografische kenmerken (ouderen, gezinnen, jongeren)
- Wees bewust van open deuren: cultuur is vooral voor de inzichtzoeker, gezelligheid is vooral voor de harmoniezoeker, rust is vooral voor de rustzoeker
- Mening van ondernemers of online aanwezigheid is niet altijd de werkelijkheid
- Blijf onafhankelijk: veel aspecten hebben invloed op je oordeel
 - Je eigen leefstijl, je energieniveau, het weer, wat je verder die dag hebt bezocht, ...
- Wees bewust van de openingstijden: check-in en check-uit tijden, vrijdag aankomstdag

DE RESULTATEN, EN NU?

- Vertaling naar toekomst: wat kun je met die kleuren doen?
- Bijvoorbeeld: beleidsvorming, productontwikkeling, marketingstrategie, etc.
- Soms kom je voor moeilijke keuzes te staan: er is niet altijd één juiste keuze

Figuur 3.7 Illustratie voornaamste doelgroepen in de gemeente, met de inwoners in blauw, de dagbezoeker in rood en de verblijfsrecreant in oranje



Net als met schilderen, ben je niet gelijk goed in kleuren. Kleuren leer je door te kijken, voelen en doen.

Vandaag hebben we jullie een palet aangereikt. Het is nu aan jullie om het canvas kleur te geven.

MEER INFORMATIE?



Ellen Ruiter

06 1160 6286

ruiter@ruimteenvrijetijd.nl



Nina Ruigrok

06 1175 4419

ruigrok@ruimteenvrijetijd.nl



Voor de factsheets verblijf en horeca:

<https://ruimteenvrijetijd.nl/tools>

Voor de gratis online bedrijfscans:

[https://leefstijlscan.ruimteenvrijetijd.nl/
?test=verblijfsscan](https://leefstijlscan.ruimteenvrijetijd.nl/?test=verblijfsscan)

[https://leefstijlscan.ruimteenvrijetijd.nl/
?test=restaurantscan](https://leefstijlscan.ruimteenvrijetijd.nl/?test=restaurantscan)

LEEFSTIJLVINDER *Live*

KLEUR BEKENNEN AANBOD KLEUREN MET DE LEEFSTIJLVINDER



Download
de presentatie