



ONS VERHAAL

Noordwijk Marketing



Noordwijk een verademing

Dit is onze centrale belofte. Noordwijk als plaats waar je op adem kunt komen. Waar je kunt herbronnen en opladen. Een plaats waar je gezond kunt genieten en ontdekken. Een plaats waar het goed leven, werken, ondernemen en bezoeken is.

Daar bouwen we iedere dag aan met Noordwijk Marketing. Want we geloven in de positieve kracht van toerisme. Toerisme dat bijdraagt aan het welzijn en de welvaart van onze gemeente. Waar er een balans is tussen de belangen van ondernemers, bewoners en bezoekers.

Alleen samen met onze partners kunnen we onze ambitie waarmaken



We hebben hiervoor heel wat troeven in handen. Een prachtige kustlijn, mooie levendige dorpen, een nationaal park, een kwalitatief hoogstaand aanbod van faciliteiten en dynamische ondernemers en stakeholders. We zijn een erkende heilzame badplaats waar het goed leven is. Maar ook een gemeente waar geïnnoveerd wordt, waar kwaliteit centraal staat en waar ondernemers en de gemeenschap floreren.

Samen met onze partners en vele stakeholders werkt Noordwijk Marketing mee aan een succesvol, inspirerend en leefbaar Noordwijk. We doen dit door het verhaal van Noordwijk te vertellen en door onze ambitie na te streven. Namelijk: Noordwijk op de kaart zetten als de wellbeing bestemming. Waar je je goed voelt, waar je jezelf kan zijn en waar je kan doen wat je graag doet. Als bezoeker, als inwoner en als ondernemer.

Noordwijk, waar toerisme bijdraagt
aan een florerende gemeenschap

In dit plan vertellen we het verhaal van Noordwijk. Een verhaal dat gemaakt wordt door veel mensen. Dat dit verhaal je mag inspireren en je op ideeën brengt. Maar vooral, dat je meebouwt. Want het verhaal van Noordwijk maken we samen. En dat doen we door te kijken naar wat ons verbindt. Namelijk de trots en liefde voor deze fantastische plek.

Met vriendelijke groet,

Het team van Noordwijk Marketing



Noordwijk Marketing

Missie en strategische pilaren

Noordwijk Marketing werkt aan een succesvol, inspirerend en leefbaar Noordwijk voor iedereen. Bewoners, bezoekers en bedrijven.

We doen dit door Noordwijk te positioneren als een plaats waar gezondheid, genieten en ontspanning hand in hand gaan. Een heilzame, gezonde en energieke plaats aan de kust. Zo worden we dé wellbeing bestemming van Nederland. Dit doen we niet alleen, maar in samenwerking met onze vele stakeholders. Samen met de gemeente, onze partners, ondernemers, bewoners en bezoekers maken we van Noordwijk een succesvolle bestemming. Een bestemming waar toerisme bijdraagt aan welvaart en welzijn van de lokale gemeenschap.

Om deze missie te realiseren vervult Noordwijk Marketing 5 verschillende strategische opdrachten.



1

Merkbureau

We zorgen ervoor dat de positionering van Noordwijk in lijn ligt met de waarden en DNA van onze gemeente. We laden het merk 'Noordwijk, een verademing' en zorgen voor een goede doorvertaling naar verhaallijnen. Dit alles passend bij onze doelstellingen. We waken over een consistent en consequent verhaal.

2

Marketingdeskundige

We zijn een team van marketingexperts. We zorgen ervoor dat we onze doelgroepen op de juiste manier en op het juiste moment bereiken. We werken hiertoe campagnes uit voor verschillende markten. We adviseren onze partners en stakeholders waar nodig. We zorgen ervoor dat we de juiste data verzamelen om onze strategie te bepalen.

Emoties, relevantie,
betrokkenheid, ontmoetingen
en ervaringen vormen de basis
van onze aanpak.

3

Informatieverstrekker en ambassadeur

We vervullen een prominente rol in het verstrekken van informatie naar onze bezoekers maar ook naar de ondernemers en inwoners van Noordwijk. We vervullen met het Noordwijk Marketing team van vaste krachten en vrijwilligers een ambassadeursrol voor onze gemeente.

4

Inspiratiebron

We inspireren bezoekers via onze VVV's en diverse eigen communicatiekanalen. We vertalen onze positionering naar concrete en unieke belevingen en verspreiden deze via de juiste kanalen.

5

Verbinder

We brengen stakeholders bij elkaar en toetsen onze strategie en acties bij onze stakeholders. We zijn een platform waar we stakeholders samenbrengen en laten participeren. We zorgen ervoor dat we onze partners een netwerk aanbieden dat meerwaarde biedt en waar kennisoverdracht kan plaatsvinden.

Noordwijk DNA en verhaallijnen

Het manifest

Gelegen aan de prachtige Noordzeekust.
Met karakteristieke boulevards.
Hotels, restaurants en winkels van allure.
Wel stijlvol, niet stijf.

Waarom we ze koesteren?
Omdat je er op adem kunt komen.

Historische kerken die verhalen vertellen
van Jeroen tegen de Noormannen.
Gevelhuizen die de Gouden Eeuw reflecteren.
Patriciërshuizen uit de 18e eeuw
die onderdak bieden aan vele culturele evenementen.
Waarom we er zuinig op zijn?
Omdat ze ons verleden ademen.

Fantastische feesten als het corso.
Een knallend carnaval.
Een bruisend verenigingsleven.
Waarom we ze in ere houden?
Omdat je er levensvreugde inademt.

Eindeloos natuurschoon.
Eindeloze duinen, brede stranden.
Ontelbare fiets- en wandelpaden.
De kleurenpracht van de bollenvelden.

Een omgeving die gezonde lucht koppelt
aan de kracht van natuur en landschap.
Heilzame badplaats waar je weer op adem komt.
Wij zijn Noordwijk. Een verademing.

Noordwijk, een verademing.

Onze merkpilaren

De vier kernen van Noordwijk zijn onze pilaren. Noordwijk aan Zee, Noordwijk Binnen, Noordwijkerhout en De Zilk. De kernen hebben een eigen identiteit die concreet invulling geeft aan het merk Noordwijk en waar de optelsom van de vier kernen bijdraagt aan het overkoepelende merk.

Heilzame badplaats is een andere merkpilaar. Noordwijk als een gezonde en vitale bestemming met het keurmerk heilzame badplaats als bewijsvoering.

We maken het verhaal concreet door onze verhaallijnen.

- In Noordwijk kun je herbronnen
- In Noordwijk heb je tijd voor jezelf
- In Noordwijk kun je kwalitatief ontspannen



De verhaallijnen

Noordwijk, een verademing vertalen we door het inzetten van drie verhaallijnen. Deze verhaallijnen geven invulling aan onze merkbeloofte. De verhaallijnen zijn:

1

In Noordwijk kun je herbronnen

Je kunt hier ontdekken en bijleren. Er is tijd voor zelfreflectie, tijd om actief te zijn. Verbinding door activiteiten en verwondering door nieuwe inzichten.

Deze verhaallijn laden we met ons aanbod aan strand en natuur en de activiteiten die je er kunt beleven. Met het culturele aanbod en het verhaal van ruimte en ruimtevaart. Met het aanbod in de verschillende dorpen en de gemeenschap.

2

In Noordwijk heb je tijd voor jezelf

Je kunt hier ontspannen. Zowel lichamelijk als geestelijk. Ervaar echte wellness en kom tot jezelf. Geniet van lekker eten en overnachten in stijl.

Deze verhaallijn laden we met ons aanbod rond wellness en wellbeing. Van yoga op het strand tot genieten in het magnesiumbad. Het aanbod van natuur en stilte. En projecten zoals Proeftuin Noordwijk. Met het aanbod van restaurants en cafés. En het ruime aanbod aan accommodaties op verschillende niveaus.

3

In Noordwijk kun je kwalitatief ontspannen

Kwaliteit staat voorop in onze beachclubs, onze restaurants, accommodaties en winkelaanbod. Hierom staan we bekend. Ons cultuur- en erfgoedaanbod is van een hoog niveau.

Deze verhaallijn spreekt voor zich. Het kwalitatief hoogstaande aanbod van onze ondernemers. Van Michelinster tot kleine gezellige lunchrooms. Van vijfsterren luxe tot het gastvrije onthaal op het vakantiepark. Van verrassende musea tot spectaculaire voorstellingen en evenementen. Noordwijk staat garant voor een kwalitatieve ervaring.



Het merkhuis

In het merkhuis van Noordwijk komen alle onderdelen van het merk Noordwijk samen. Onze belofte, overtuiging en onze waarden.

Deze samenvatting van het merk vertellen we niet letterlijk aan onze bezoekers of inwoners maar gebruiken we om beter te begrijpen waar we voor staan en om ervoor te zorgen dat datgene wat we doen in lijn ligt met de waarden en onze overtuiging.

Een soort checklist . Voor ons als Noordwijk Marketing, maar ook voor onze stakeholders die ermee aan de slag willen gaan. Zo bewaken we onze eigenheid en kunnen we elkaar versterken.



De belofte en onze overtuiging

Centraal in het merkhuis staat onze belofte. **Noordwijk, een verademing.** Wij geloven dat Noordwijk je dit kan bieden. Even op adem komen, weg van de dagelijkse routine maar in afstand toch dichtbij. Een moment voor jezelf of om te delen met vrienden en familie. In Noordwijk kun je op adem komen en opladen. Want dat hebben we allemaal weleens nodig.

Boven het merkhuis staat **onze overtuiging**. Dit is waarom we doen wat we doen. We geloven dat Noordwijk goed voor je is. Hier kom je op adem, kun je herbronnen. Gezondheid gaat samen met genieten en geluk in een setting die kwaliteit uitstraalt.

Onze waarden

Onze ankerwaarden zijn sterk aanwezig in de bestemming. Hier bouwen we op. Onze **ankerwaarden** zijn kwaliteit en ruimte.

***Kwaliteit.** Culinaire verwennerij, voortreffelijk gastheerschap en stijl. Daarvoor staan we bekend en daar zijn we trots op. We zijn een bestemming die kwaliteit uitstraalt zowel op het gebied van aanbod als dienstverlening. En we zijn een plaats met een hoge kwaliteit van leven. Het leven is hier goed. En dat is het al lang. Al in de 19e eeuw kwam men kuren in de badplaats Noordwijk.*

***Ruimte.** In Noordwijk heb je de ruimte om tot jezelf te komen. Je ontdekt er ruimte op het strand, in de natuur en krijgt een blik op ruimte en ruimtevaart. Je hebt er ruimte om te leven. Maar ook om te vertragen en jezelf te zijn.*

Onze **aspiratiewaarden** zijn verfrissend en heilzaam. Deze waarden zijn in de kern al aanwezig maar hier moeten we aan werken om ze werkelijk te verankeren.

Verfrissend. *Je ontdekt nieuwe inzichten in Noordwijk. Verhalen, geschiedenis. De Duin en Bollenstreek. Maar hier wordt ook geschiedenis gemaakt en geïnnoveerd. We bieden een divers aanbod van evenementen en activiteiten en je ontdekt ons erfgoed en onze verhalen op een inspirerende manier.*

Wellbeing. *In Noordwijk kun je gezond en goed leven. Thalasso, de gezonde lucht. We stralen wellbeing uit. Gezonde en lekkere voeding gaan hier samen. Onze duinen en natuur geven je opnieuw ruimte, ook in je hoofd. Hier kun je ontspannen. Hier leeft de eeuwenoude traditie van de Tuin van Holland verder op een eigentijdse manier.*

Bovenaan het huis staat de eigenwaarde. Dit is waarvoor we bekend willen staan en wat een centrale plaats krijgt in onze positionering.

De eigenwaarde van Noordwijk is **vitaliteit**.

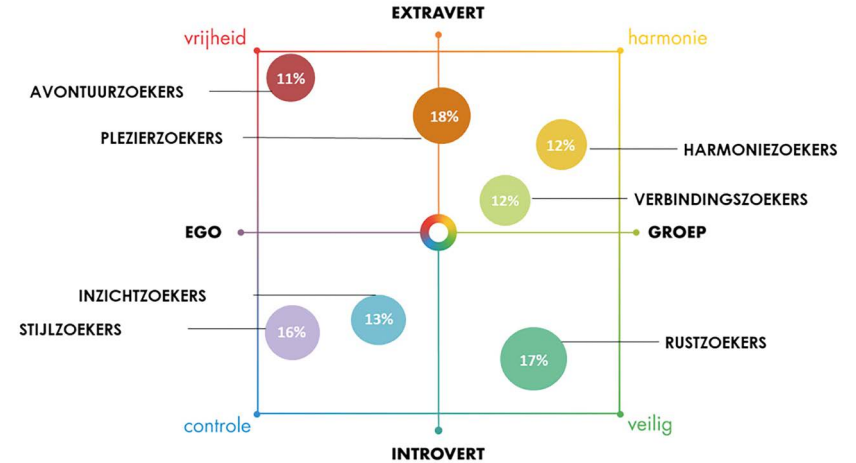
*We zijn een **vitale bestemming** op alle vlakken. Een bestemming waar je op adem komt maar ook nieuwe dingen ontdekt. Een bestemming die beweegt. Waar we leven met de seizoenen. Onze kernen Noordwijk aan Zee, Noordwijk Binnen, Noordwijkerhout en de Zilk leven en bruisen op maat van de mens met mooie evenementen. Dutch wellbeing!*

Doelgroepen en markten

We gebruiken het leefstijlmodel voor het kiezen van onze doelgroepen. De leefstijlen worden ingedeeld op twee assen. De as tussen ego en groep, de sociologische as, toont de mate waarin iemand gericht is op het individu of op het sociale. De horizontale as tussen introvert en extravert noemen we de psychologische as. Deze duidt aan hoe je met emoties omgaat. En dat kan op een introverte of een extraverte manier. Door op deze assen mensen in te delen krijg je een waaiër aan levensstijlen.

Deze zijn uitgezet in de figuur hiernaast. Door voortdurend onderzoek weten we in Nederland waar deze leefstijlen wonen en wat hun kenmerken zijn. Dit zorgt ervoor dat we goed de geselecteerde doelgroepen kunnen bereiken, wat de efficiëntie van onze marketinginspanningen ten goede komt.

Dit model gebruiken we om onze doelgroepen te bepalen. Natuurlijk is iedereen welkom in Noordwijk, maar om onze marketinginspanningen af te stemmen met de eigenheid



van de bestemming hebben we drie doelgroepen uitgekozen waar we ons op willen richten. De inzichtzoeker, de stijlzoeker en de verbindingszoeker. Die we hieronder verder in detail bespreken.

Natuurlijk segmenteren we ook op geografische markten. Zo blijven Nederland en Duitsland de belangrijkste markten voor recreatief verblijfstoerisme. We geloven ook sterk in het potentieel van de Nederlandstalige Belgische markt. Hier willen we ons in de toekomst meer op gaan richten.

Doelgroepen en markten

Voor het leisure verblijfstoerisme in Nederland selecteerden we drie doelgroepen volgens het leefstijlmodel.

1

De inzichtzoeker

Inzichtzoekers zijn bedachtzame, serieuze en intelligente mensen. Ze houden van ruimte en rust en genieten tijdens hun vakantie van natuur en culturele activiteiten. Ze genieten van vrijheid, mooie accommodaties en goede voorzieningen. Ze zijn geïnteresseerd in het verhaal van de bestemming. Inzichtzoekers vallen in een hogere inkomensklasse en zijn meestal hoog opgeleid.

2

De stijlzoeker

Stijlzoekers worden in hun vrije tijd graag geprikkeld. Ze houden van luxe en comfort. Ze zijn bezig met hun carrière en willen op vakantie verwend worden. Ze zijn bereid om meer te betalen voor kwaliteit. Stijlzoekers hebben een hoger inkomen en zijn gemiddeld iets jonger.

3

De verbindingszoeker

Verbindingszoekers zetten zich graag in voor anderen. Ze genieten van natuur en gezelligheid. Ze houden van wandelen, fietsen en culturele activiteiten. Duurzaamheid, gezond en lekker eten en het lokale leven vinden ze belangrijk. Stijlzoekers hebben een modaal inkomen en zijn gemiddeld rond de 55 jaar.

Goed om te weten: in Noordwijk vallen de meeste inwoners onder de leefstijlen inzichtzoekers (20%) en stijlzoekers (20%). De minst vertegenwoordigde doelgroepen zijn de harmoniezoeker (9%) en de avontuurzoeker (10%). Het is niet onbelangrijk dat de gekozen doelgroepen matchen met het profiel van de inwoners.



Alleen samen met onze partners kunnen wij onze ambitie waarmaken om Noordwijk succesvol, inspirerend en leefbaar op de kaart te zetten voor onze inwoners, ondernemers en bezoekers



Noordwijk Marketing

Hoofdstraat 129

2202 EX Noordwijk

+31 (0)71 361 9321

info@noordwijk.info