



Perceptie  
Noord-Brabant

<b>Noord-Brabant is als merk relatief onbekend</b> Sommige POI's hebben een grotere bekendheid. Maak van VisitBrabant een endorsed merk.	<b>Promoot de onbekendere POI's</b> Noordbrabants Museum, Van Gogh Erfgoed, Heusden, Den Bosch, ... zijn weinig bekend.	<b>Vlaanderen + Brussel + Wallonië</b> Ook andere markten in België kennen de POI's in Noord-Brabant. Hier ligt ook potentieel!	<b>Websites algemeen gericht op de Belg!</b> Zorg ervoor dat de website de Belgen meteen aanspreekt. Zorg voor herkenbare taal en de in België goed bekende POI's.
<b>Favoriete activiteiten</b> Wandelen + fietsen Attractieparks, speeltuinen of dierentuinen Steden bezoeken, shoppen en gastronomie	<b>Gezelligheid en warmte</b> Vlamingen zoeken gezellige dorpen of steden in combinatie met leuke dingen in de omgeving. Kleine winkels of boetiekjes doen het beter.	<b>Zuiders bourgondisch karakter</b> Promoot het karakter van Noord-Brabant als zuidelijke provincie in Nederland.	<b>Groeipotentieel meerdaagse vakanties</b> Noord-Brabant nog te veel gezien als een daguitstap. Er is potentieel voor meerdaagse dichtbijvakanties.
<b>Productontwikkeling</b> Stel ideeën voor hapklare weekends voor: doen + beleven + overnachten	<b>Natuur en gastronomie</b> Twee belangrijke basisbehoeften van de Vlamingen. Alle twee aanwezig, dus speel ze uit!	<b>Let op wat gezond is!</b> Bio, bewegen, buiten zijn, wandelen, fietsen, mooie plekken in de natuur.	<b>Positionering steden</b> Belgen kunnen zich geen beeld vormen van bepaalde steden (vb Eindhoven, Tilburg, ...). Gebruik de unieke USP's die Belgen aanspreken (vb design, food, ...).
<b>Tips door locals, verhalen en website</b> Promoot meer de echte, interessante dingen die men kan ontdekken in Noord-Brabant.	<b>Philips-site (Evoluo)</b> Onderscheidende troeven met innovatie en technologie	<b>Wees Vlaams in de campagnes</b> Let op eventuele taal- of misverstanden in campagnes voor Vlaanderen.	<b>Spreiding van producten en communicatie</b> Noord-Brabant is een groot gebied met veel aanbod. Communiceer niet alles in één keer!

Cultuurverschillen

<b>We delen dezelfde waarden</b> We groeien qua karakter en mentaliteit naar elkaar toe.	<b>Verras op culinair vlak</b> Kom met leuke adresjes (niet alleen het top-niveau, maar ook brasserie)	<b>Forceer niks</b> Vlamingen zijn bescheiden en hebben tijd nodig. Bouw een relatie op en forceer niks. Wees niet té assertief.	<b>Met een Vlaming heb je goud in handen</b> Als een Vlaming zich oprecht welkom voelt, dan komt hij graag terug.
---	---	---	--

Trends

<b>Trends:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Nieuwe vervoersvormen</li><li>Groepen op reis</li><li>Sport als het nieuwe normaal</li><li>Dichtbij en thematisch</li><li>Speciale logies</li><li>Urbanisatie</li><li>Transparantie</li><li>Het nieuwe werken</li><li>Een gezonde geest in een gezond lichaam</li><li>Persoonlijke keuze</li><li>Education</li><li>Duurzaamheid</li><li>Quality &amp; Green</li><li>Selfcare</li><li>Lastminute nog populairder</li></ul>	<b>Vernieuwende formules en originele thema's</b>  Kom naar buiten met leuke plekken en accommodaties.  Koppel dit aan trends zoals selfcare, education, ... Werk met aantrekkelijke thematische belevingen.	<b>Productontwikkeling</b>  Maak combinaties met gastvrijheid, rust en natuur, wandelen en fietsen, rijke eetcultuur en steden.  Koppel dit aan trends zoals urbanisatie, sportbeleving en gezondheid	<b>Noord-Brabant: dé workation-plek</b>  Noord-Brabant heeft alle troeven in handen om zichzelf te positioneren als dé dichtbijplek voor een overgetelijk workation-avontuur over de grens.  De nieuwe werkvormen en teambuildings zullen sterk groeien.
	<b>Nieuwe reisvormen en transport</b>  Campers en fietsen zijn door corona heel populair geworden en werden massaal aangekocht.  Steeds vaker zijn er speciale vakanties (met vrienden of singles): wandelvakanties, fietsvakanties, wellness, digital detox, ...	<b>Lokaal, transparant en duurzaam</b>  Pak uit met de lokale producten en mobiliseer de partners om zoveel mogelijk met korte ketens te werken.  Speel dit uit in communicatie en leg uit waar alles vandaan komt én hoe het gemaakt wordt.	<b>Groepen en multigeneratie</b>  Pak uit met een aanbod waar multigeneratie-groepen kunnen van genieten. Maak pakketten op maat met de POI's en het aanbod.
			<b>En last (but not least) minute!</b>

Customer Journey

Inspiratie	Informatie	Boeking	Verblijf	Reflectie
<b>Familie en vrienden cruciaal</b> Vlamingen laten zich heel sterk beïnvloeden. Werk met friend-of-a-friend en activeer herhaalbezoeken.	<b>Factoren voor keuze:</b> Natuur, vorige ervaringen, prijs, timing, accommodatietype, eten en gastronomie en beschikbare faciliteiten	<b>3 of 4-sterren accommodaties</b> Belangrijk zijn parkeergelegenheid, online reviews en scores, locatie, vorige ervaringen, prijs en faciliteiten.	<b>Activiteiten ter plekke</b> Wandelen, zwemmen, strand bezoeken, wellness, themapark, stad of dorp bezoeken, musea, fietsen, gastronomie, ...	<b>Verzilver het tevreden gevoel</b> Probeer een goede review, maar doe dit persoonlijk. Geen automatische mails!
<b>Inspiratie door:</b> TO's en reisagenten, reviewsites, reismagazines, media, TV-programma's, social media, influencers, ...	<b>Belangrijke aspecten:</b> Gastvrijheid, rust en natuur, wandelen, rijke eetcultuur en steden.	<b>Keuze voor aanbieder</b> Speciale aanbiedingen, goede reputatie en prijs. Zorg voor de reviews!	<b>Oprecht welkom en gastvrij</b> Als een Vlaming zich oprecht welkom voelt in een omgeving met authentieke gastheren, dan komt hij terug.	<b>Basis voor een nieuwe vakantie</b> Tal van POI's zijn nog steeds onbekend. Daar ligt het potentieel voor een volgende trip.
<b>Media hebben goed bereik</b> Klassieke (print)media doen het in Vlaanderen nog steeds goed, maar combineer ze met andere kanalen.	<b>Aspecten en verhaallijnen op website</b> Beter laten uitkomen op website Visit Brabant, websites toeristische partners, bloggers, reviewsites, ...	<b>Vlaamse betaalsystemen</b> Zorg dat er met de Vlaamse betaalmethodes kan geboekt worden: bancontact, QR-codes, ...	<b>Samen ambassadeur</b> Iedereen die actief is in toeristische industrie in Noord-Brabant is ambassadeur voor eigen provincie.	<b>Activeer word-of-mouth</b> Belangrijkste factor voor een Vlaming is het advies van vrienden en familie.
	<b>Tone of voice:</b> Focus op gezelligheid, warmte en gastvrijheid. Speel het Zuiders kantje uit en maak verrassende combinaties	<b>Last-minutes</b> Hou rekening met de Vlaamse vakantieperiodes en speel hierop in met gerichte acties.	<b>Inspirerende reisgids</b> Geef als local de insider-tips over de dingen die Vlamingen graag doen.	
	<b>Toon combinaties in Noord-Brabant</b> Informeel maximaal door origineel de mogelijkheden te promoten.		<b>Promoot @ en #</b> Promoot op een slimme manier het gebruik van de hashtags en inspireer met mooie foto's en voorbeelden.	