



De kracht van online!

Niels Weijers & Jorian Damen

STICHTING
Achterhoek
TOERISME



Mooi was die tijd...

Toen **'online'** nog niet bestond!



STICHTING
**Achterhoek
TOERISME**

Gast in beweging

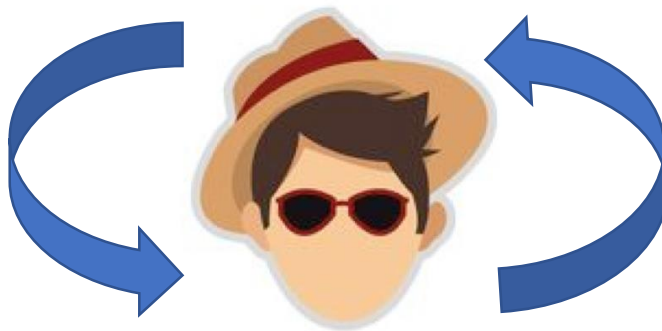
Digitalisering versus
persoonlijk contact



Nieuwe
reisgezelschappen

Lokale beleving
Authenticiteit

Vergrijzing versus
nieuwe generaties



Coronavirus

Duurzaam en
bewust leven



Quality time
Keuzestress
Vluchtige keuzes

Rol 'Online' in de Klantreis

Hoe was jouw vakantie
in de Achterhoek?



Lokale VVV websites
Achterhoek.nl
Achterhoekeroutes.nl

Reflectie

Dromen

Plannen

Boeken

Voorpret

Beleven

Onbezorgd
geluk in de
Achterhoek

Google



Achterhoek.nl
Campagnes



Reserveringsaanvraag



Van hotel naar hotel

4-daags Fietsarrangement
Zutphen en kastelen

HTING
ACHTERHOEK
TOERISME

Wie is jouw gast precies?



En... Komt jouw boodschap daar ook aan?

Creëer een (online) persona's



Case:

- *Camping in de Achterhoek*
- *Bert en Toos (63 & 61 jaar)*
- *Leiden*



- Een **gedetailleerde omschrijving** van een gebruiker van jouw product of dienst.
- **Doel:** Online kanalen zo effectief mogelijk inzetten.

Creëer een (online) persona

Raadpleeg bronnen:

- Google Analytics
- Leefstijlvinder.nl
- Relevante Facebookgroepen
- Bekijk volgersprofielen
- Durf te vragen!
-



Volop inspiratie

Clark Andrews

AGE: 26
OCCUPATION: Software Developer
STATUS: Single
LOCATION: San Jose, CA
TIER: Experiment Hacker
ARCHETYPE: The Computer Nerd

Friendly Clever Go-Getter



"I feel like there's a stronger urge for me to transition into a healthier lifestyle."

Motivations

Incentive
Fear
Achievement
Growth
Power
Social

Goals

- To cut down on unhealthy eating and drinking habits
- To measure multiple aspects of life more scientifically
- To set goals and see and make positive impacts on his life

Frustrations

- Unfamiliar with wearable technology
- Saturated tracking market
- Manual tracking is too time consuming

Bio

Aaron is a systems software developer, a "data junkie" and for the past couple years, has been very interested in tracking aspects of his health and performance. Aaron wants to track his mood, happiness, sleep quality and how his eating and exercise habits affects his well being. Although he only drinks occasionally with friends on the weekend, he would like to

Personality

Extrovert
Sensing
Thinking
Judging
Introvert
Intuition
Feeling
Perceiving

Technology

IT & Internet
Software
Mobile Apps
Social Networks

Brands

Nike

Jill Anderson



"I'm looking for a site that will simplify the planning of my business trips."

AGE: 35
WORK: Regional Director
FAMILY: Married, 1 Child
LOCATION: Austin, Tx
ARCHETYPE: The Frequent Flyer

Organized Practical
Protective Hardworking

Bio

Jill is a Regional Director who travels 4-6 times each month for work. She has a specific region in which she travels, and she often visits the same cities and stays at the same hotel. She is frustrated by the fact that no matter how frequently she takes similar trips, she spends hours of her day booking travel. She expects her travel solutions to be as organized as she is.

Personality

Introvert
Analytical
Loyal
Passive
Extrovert
Creative
Flexible
Active

Preferred Channels

Chrome
Mobile
Email
Traditional Ads

Goals

- To spend less time booking travel
- To narrow her options quickly

Frustrations

- Too much time spent booking - she's busy!
- Too many websites visited per trip
- Not terribly tech savvy - doesn't like the process

Motivations

Price
Comfort
Convenience
Speed
Loyalty/Miles

Brands

KAYAK Expedia
ACE HOTEL Lyft

Persona



Bio

Julia is an artist in London. She graduated 4 years ago from art school and has been making art since joining a local studio 12 months ago. Although she loves the people she works with, she has been giving serious thought to her future. While the stuff that she works at is growing, she's worried that she won't develop a name for herself if she continues working with others. She's considering selling her art online and wants a reputable place to sell her pieces while gaining good exposure.

Needs

- To find the right website which offers the facilities she wants.
- To find a way to fund her artworks without incurring lots of debt.

Research

2 cards, 1 document

Quotes

"It's important that I can connect with the buyers."

"I really just need an easy way to promote my art and keep prospective buyers up to date!"

"The hardest part is managing the actual transaction."

Pain points

- Concerned that she'll need to manage mailing artworks and won't be able to afford the website fees.
- Worried that she's one of many artists and won't get enough exposure.
- Doesn't want the service to take too high a percentage of her sales.

Survey results

3 cards

Commerce Sales

Line graph showing sales over time.

Brands

HAUS, Glöop

(Online) customer journey

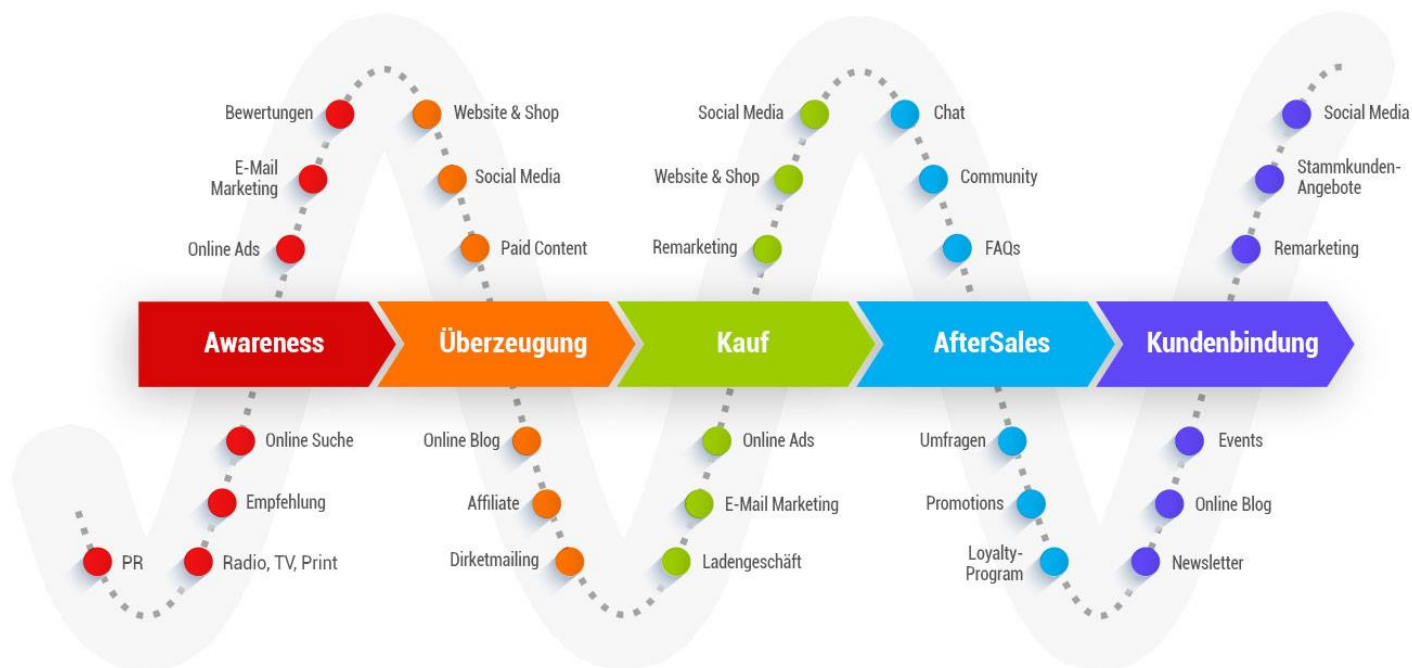


1. Situatie
2. Doel van de klant
3. (Online) touchpoint
4. Gedachte

Maak een actieplan



Touchpoints



Maak bewuste keuzes!

Concrete Achterhoek-tips



Optimaliseren van jouw online klantreis!

Bewust zijn

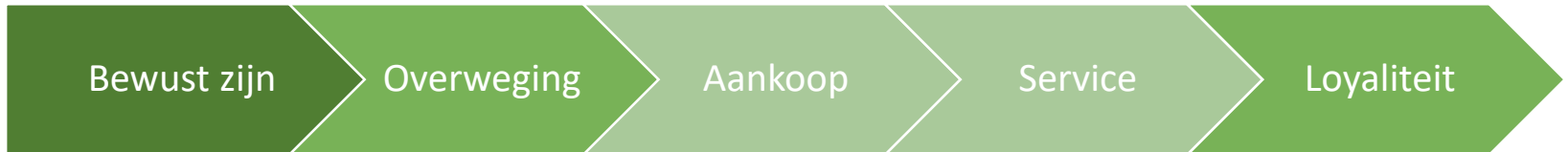
Overweging

Aankoop

Service

Loyaliteit

Kennisplein

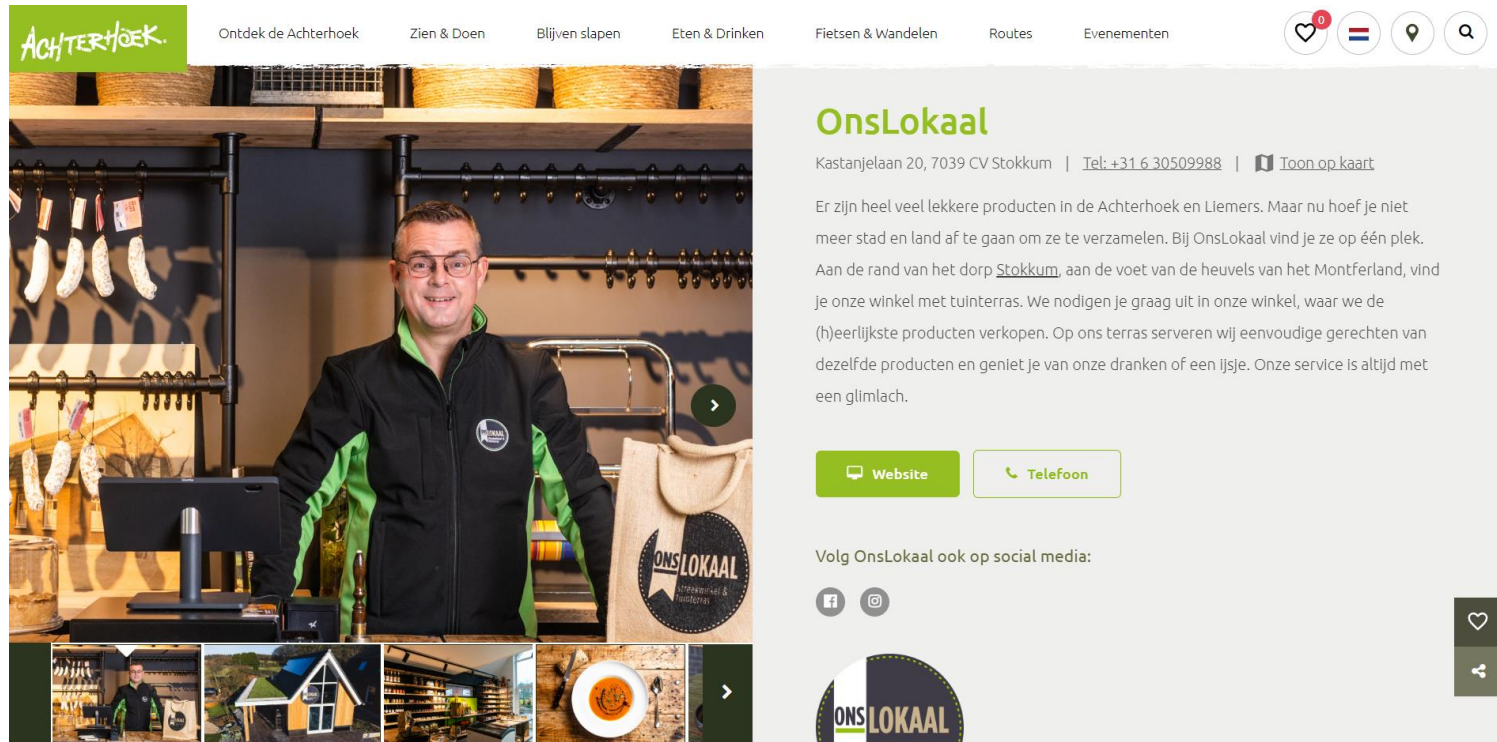


- Online tekstschrijven
- Vindbaarheid – zoekmachine marketing
- Smartphone fotografie
- Instagram en Facebook
- Kennissessie reviews
- Online adverteren
- zakelijk.achterhoek.nl/kennisplein



Bewust zijn

Achterhoek Database



The screenshot displays the 'OnsLokaal' profile on the Achterhoek Database website. The header features the 'ACHTERHOEK' logo and navigation links: 'Ontdek de Achterhoek', 'Zien & Doen', 'Blijven slapen', 'Eten & Drinken', 'Fietsen & Wandelen', 'Routes', and 'Evenementen'. User icons for heart, flag, location, and search are on the right. The main image shows a man in a black and green jacket behind a counter with a cash register and a 'ONSLOKAAL' shopping bag. Below this is a carousel of images showing the shop's interior, exterior, and products. To the right, the 'OnsLokaal' title is followed by the address 'Kastanjelaan 20, 7039 CV Stokkum', phone number '+31 6 30509988', and a 'Toon op kaart' button. A descriptive paragraph follows, mentioning the shop's location in Stokkum and its focus on local products. Below the text are 'Website' and 'Telefoon' buttons. Social media links for Facebook and Instagram are shown under the heading 'Volg OnsLokaal ook op social media:'. A 'ONSLOKAAL' logo is at the bottom right of the profile section.

ACHTERHOEK

Ontdek de Achterhoek Zien & Doen Blijven slapen Eten & Drinken Fietsen & Wandelen Routes Evenementen

OnsLokaal

Kastanjelaan 20, 7039 CV Stokkum | Tel: +31 6 30509988 | [Toon op kaart](#)

Er zijn heel veel lekkere producten in de Achterhoek en Liemers. Maar nu hoeft je niet meer stad en land af te gaan om ze te verzamelen. Bij OnsLokaal vind je ze op één plek. Aan de rand van het dorp Stokkum, aan de voet van de heuvels van het Montferland, vind je onze winkel met tuinterras. We nodigen je graag uit in onze winkel, waar we de (h)eerlijkste producten verkopen. Op ons terras serveren wij eenvoudige gerechten van dezelfde producten en geniet je van onze dranken of een ijsje. Onze service is altijd met een glimlach.

[Website](#) [Telefoon](#)

Volg OnsLokaal ook op social media:

[f](#) [@](#)

ONSLOKAAL

STICHTING
**Achterhoek
TOERISME**

Overweging

Service

Route-widget



CAMPING VREEHORST

Fietsroutes

Uw route uitkiezen. U vindt de routemixer op de receptie. Hieronder hebben we alvast een aantal routes voor u geselecteerd:

Kamperen

Accommodaties

Faciliteiten

Omgeving

Parkinformatie



Zoek & Boek

Mooie routes in de Achterhoek

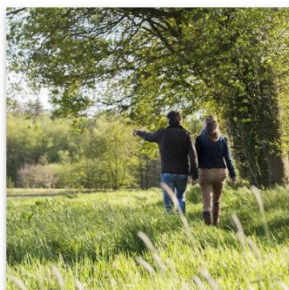
[Bekijk hier alle routes](#)



Winterswijkse Molenroute

Winterswijk

Fietsroute | 43 km



Geniet van het pure leven

Winterswijk

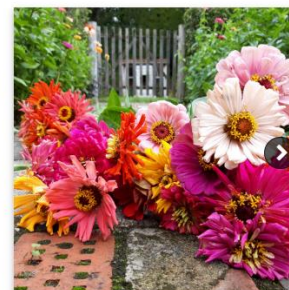
Fietsroute | 31 km



Grensroute Watermolen ...

Winterswijk, Bredevoort

Fietsroute | 40 km



Tuinroute Nationaal land...

Winterswijk, Kotten

Fietsroute | 24 km

HET GELUK VAN NEDERLAND

STICHTING
Achterhoek
TOERISME

Achterhoek Beeldbank



achterhoek_actief_1.jpg



achterhoek_culinaire_1.jpg



achterhoek_digitaleroutes_1.jpg



achterhoek_evenement.jpg



achterhoek_fietsen (2)_1.jpg



achterhoek_fietsen_1.jpg



achterhoek_hanzestad_1.jpg



achterhoek_kasteel (2)_1.jpg



achterhoek_kasteel (3)_1.jpg



achterhoek_kasteel_1.jpg



achterhoek_landschap_...
n_1.jpg



achterhoek_landschap_...
ater.jpg



achterhoek_museum
(2)_1.jpg



achterhoek_museum_1.jpg



achterhoek_picknick_1.jpg



Service

Slimme QR-codes

Offline en online 'wereld' slim met elkaar verbinden



'Welke wandelroutes kunt u mij aanbevelen?'

STICHTING
Achterhoek
TOERISME

Doelgroep- en zoekwoordanalyse

Bewust zijn

Overweging

- Adviesrapport op maat
Op basis van Leefstijlvinder
- Overzicht voor relevant zoekverkeer
Op basis van Trenddata

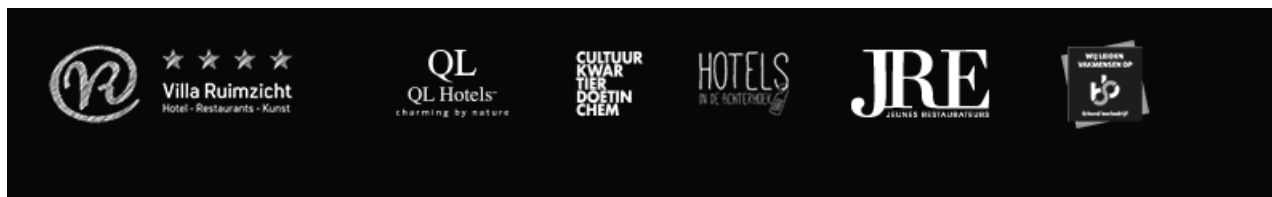
zakelijk.achterhoek.nl/advies-op-maat



Overweging

Aankoop

Autoriteit



Neuromarketing



STICHTING
**Achterhoek
TOERISME**

De marketeer die boer werd



Jorian Damen

- Marketing consultant
- Stadsboer bij Gelukkige Groentes





Waarom online zichtbaar zijn?

81,0%

zoekt via zoekmachines naar
producten, diensten en bedrijven

Bron: Datareportal research, april 2020



Voorbeeld: B&B boeken



Alle focus op online?



Voorbeeld: B&B boeken



Wees goed vindbaar &
Deel relevante informatie

Tips

1. Google Mijn Bedrijf
2. Reviews
3. Relevante content
4. Toegankelijkheid

Google Mijn Bedrijf





gelukkige groentes



Inloggen

[Alle](#)

[Afbeeldingen](#)

[Shopping](#)

[Video's](#)

[Maps](#)

[Meer](#)

Tools

Ongeveer 8.810 resultaten (0,31 seconden)

<https://gelukkigegroentes.nl>

Gelukkige Groentes: Home

Gelukkige Groentes is een pluktuin in Malden met ecologisch geteelde groentes. Door onze wijze van lokale voedselproductie realiseren we een positieve ...

Over ons

Drie jaar later zijn er 2 pluktuinen opgericht (Malden en Ooij) en ...

Pluktuin Malden

De pluk-abonnementen voor seizoen 2022 zijn uitverkocht ...

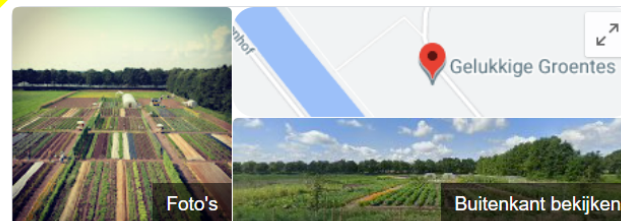
De boeren

Mijn naam is Sam Emons, 31 jaar oud en ik woon in Nijmegen ...

Neem contact met ons op

[Neem contact met ons op](#) · [Locatie pluktuin](#) · [Contact ...](#)

[Meer resultaten van gelukkigegroentes.nl »](#)



Gelukkige Groentes



[Website](#)

[Route](#)

[Opslaan](#)

4,8 ★★★★★ 6 Google-reviews ⓘ

Boerderij in Malden

Adres: Hatertseweg, 6581 KD Malden

Telefoon: 06 46873194

Provincie: Gelderland

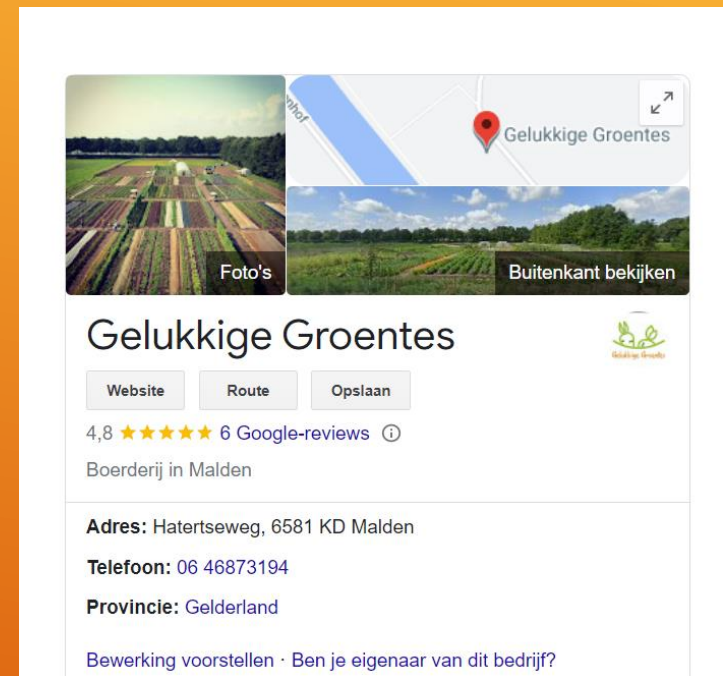
[Bewerking voorstellen](#) · [Ben je eigenaar van dit bedrijf?](#)

**Wie heeft een Google Mijn
Bedrijf profiel?**

Several thin, parallel white lines of varying lengths and angles are positioned in the bottom right corner of the slide, creating a modern, abstract graphic element.

Google Mijn Bedrijf

1. Eenvoudig aan te maken via [bussiness.google.com](https://business.google.com)
2. Vindbaar op algemene termen als “restaurant” en “hotel”
3. Contactgegevens + navigatie
4. Reviews (straks meer)





Q Restaurant

Plaatsen :



Beoordeling ▼ Prijs ▼ Uren ▼

Restaurant Arsenaal 1824

4.2 ★★★★★ (1,3K) · €€ - Restaurant

Arsenaalpoort 1

Dineren · Geen afhaalmaaltijden · Geen bezorging



restaurant de Portier

4.9 ★★★★★ (265) · €€€€ - Restaurant

Kellikensbos 57

Elegante plek voor lekker eten en wijn

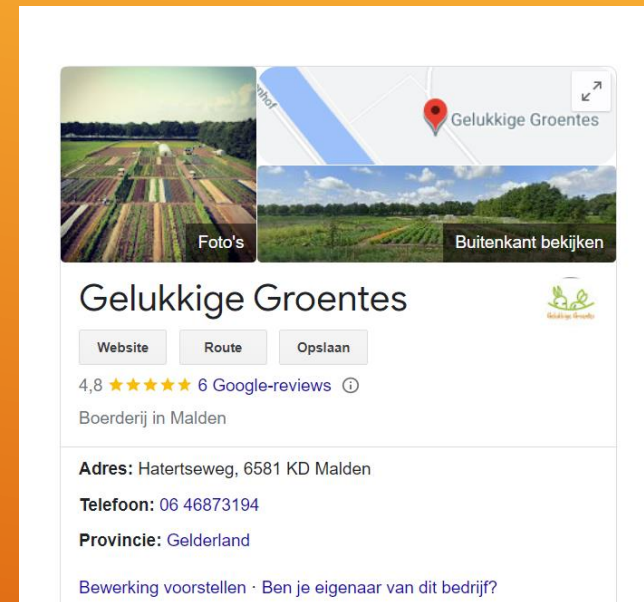


Hoe vaak wordt er in Nederland per
maand gezocht op “restaurant”?

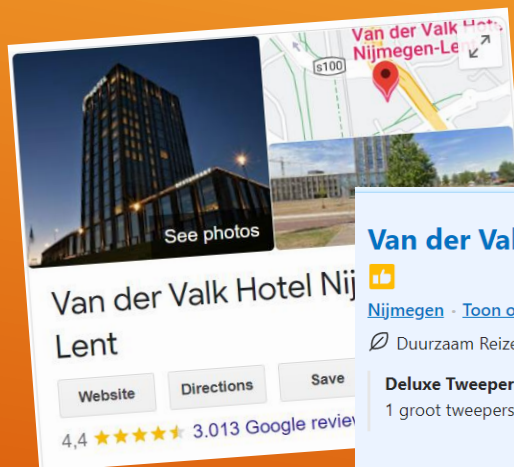
1,1 miljoen
keer per maand

Google Mijn Bedrijf

1. Zorg dat je een up-to-date profiel hebt
2. Voeg mooie/professionele foto's toe
3. Voeg evt. keywords toe als “restaurant” en “hotel”
4. Ook te gebruiken voor ‘plaatsen’: wandelroutes, parken, bezienswaardigheden.



Reviews



Van der Valk Hotel Nijmegen-Lent ★★★★★



Nijmegen · [Toon op kaart](#) · 2,2 km van het centrum

🌿 Duurzaam Reizen-accommodatie

Deluxe Tweepersoonskamer met een Douche

1 groot tweepersoonsbed

Heerlijk

8,7

786 beoordelingen

1 nacht, 2 volwassenen

€ 168

Inclusief belastingen en toeslagen

Bekijk
beschikbaarheid



Van der Valk Hotel Nijmegen- Lent

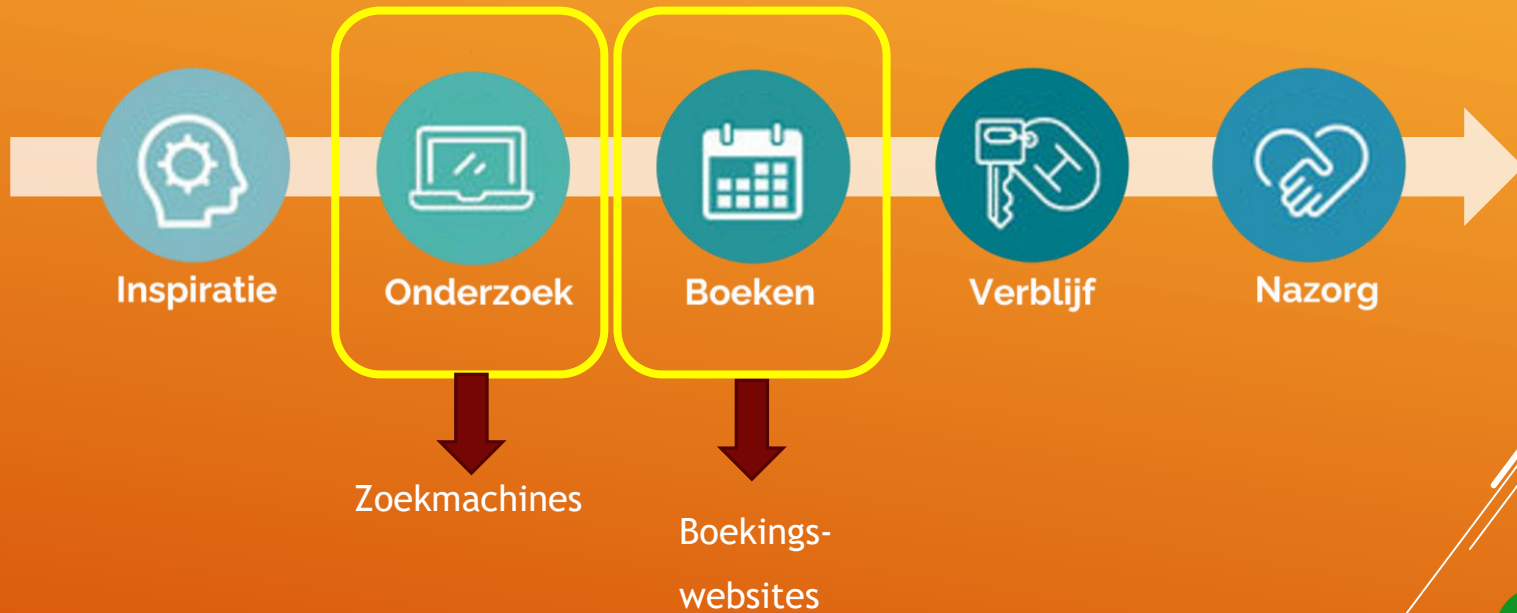
●●●●● 2.729 beoordelingen

Hertog Eduardplein 4, Lent, Gelderland, Nederland

Wanneer meest relevant?



Wanneer meest relevant?



Negatieve reviews



Corrie Van Doorn

1/5

2 months ago on  Google

Net een slechte ervaring gehad doordat onze kadokaart niet activeerde kunnen ze ons niet tegemoet komen.

Een hele slecht zaak voor zo n groot keten.

Jammer dat personeel weinig interesse hebben in hun gasten.

Beetje misselijk van.

Wat doe je hiermee?

Negatieve reviews



Corrie Van Doorn

1/5

2 months ago on  Google

Net een slechte ervaring gehad doordat onze kadokaart niet activeerde kunnen ze ons niet tegemoet komen.

Een hele slecht zaak voor zo n groot keten.

Jammer dat personeel weinig interesse hebben in hun gasten.

Beetje misselijk van.

Response from the owner

a month ago

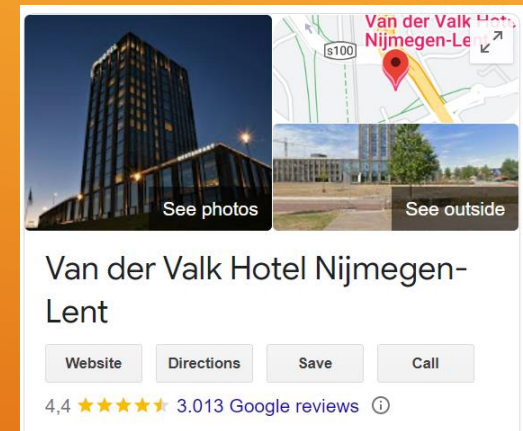
Geachte mevrouw Van Doorn,

Hartelijk dank voor uw beoordeling, fijn dat u de moeite heeft genomen deze ervaring met ons te delen. Helaas kunnen wij aan de receptiebalie geen giftcards accepteren die niet geactiveerd zijn, u kunt dit vergelijken met een waardebon die u in de supermarkt koopt voor een speelgoedwinkel. Als deze waardebon niet geactiveerd is, zal de speelgoedwinkel de bon niet accepteren. Natuurlijk is dit een hele vervelende situatie en voelt het voor beide partijen ook machteloos. Ondanks deze ervaring hopen wij u in de toekomst te mogen begroeten in ons hotel!

Met gastvrije groet, Marije van der Valk

Reviews

1. Zorg dat je reviews krijgt! Vraag vaste gasten, bekenden, vraag per e-mail.
2. Verzamel ze op verschillende (relevante) websites
3. Reageer altijd op negatieve reviews

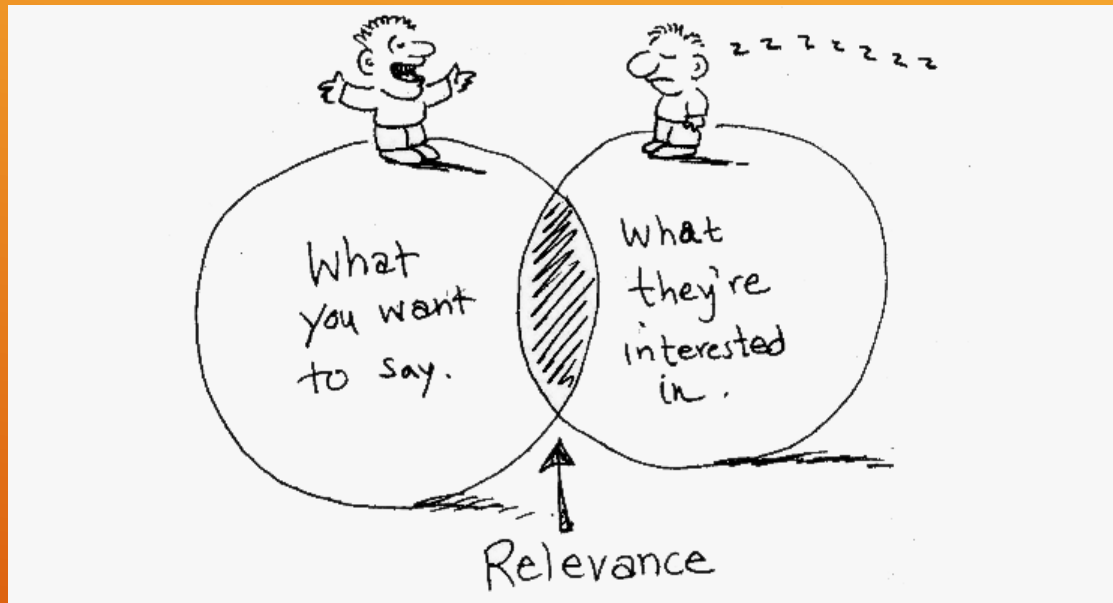


Relevante content

Relevante content



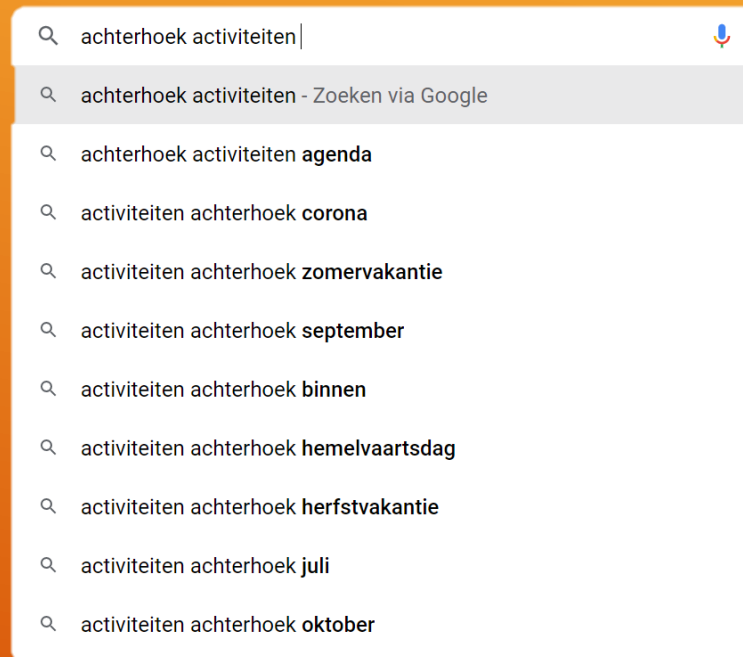
Relevante content



Relevante content



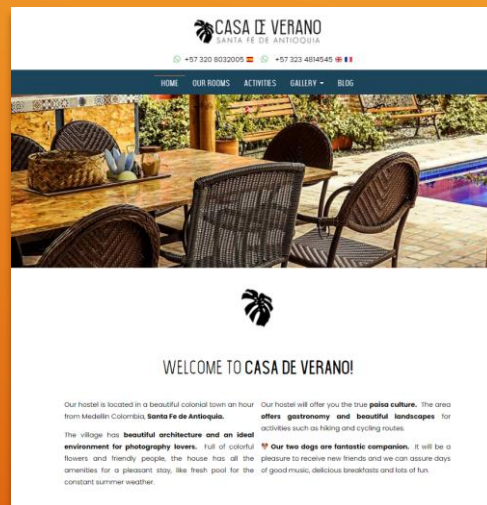
Meer bezoekers via Google



Tip: database

Achterhoek Toerisme

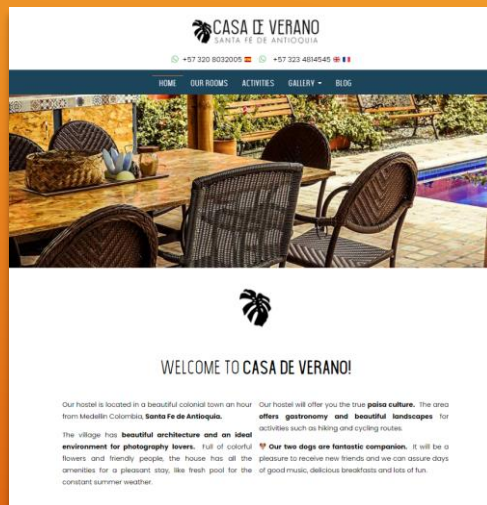
Hoe weet je of iets relevant is?



Doel:

boekingen / bezoekers

Hoe weet je of iets relevant is?



Pagina ?	Paginaweergaven ?	Unieke paginaweergaves ?	Gem. tijd op pagina ?	Uitstappercentage ?
	1.616 % van totaal: 100,00% (1.616)	1.241 % van totaal: 100,00% (1.241)	00:01:55 Gem. voor dataweergave: 00:01:55 (0,00%)	43,32% Gem. voor dataweergave: 43,32% (0,00%)
1. /	776 (48,02%)	570 (45,93%)	00:01:39	42,14%
2. /our-rooms/	449 (27,78%)	333 (26,83%)	00:02:41	43,43%
3. /our-amenities/	88 (5,45%)	75 (6,04%)	00:01:44	39,77%
4. /activities/	80 (4,95%)	66 (5,32%)	00:00:12	91,67%
5. /book-form/	69 (4,27%)	49 (3,95%)	00:01:12	39,13%
6. /contact/	38 (2,35%)	35 (2,82%)	00:01:45	42,11%

Doel:

boekingen / bezoekers

Voordelen relevante content

1. Kan website-bezoeker overtuigen
2. Overzicht praktische informatie
(toegankelijkheid, tijden, honden, ..)
3. Meer websitebezoekers via zoekmachines



Toegankelijkheid

Hoe toegankelijk is jouw website?



Kortom (online tips)

1. Google Mijn Bedrijf: maak profiel & houd up-to-date
2. Reviews: vraag erom & reageer
3. Relevante content: schrijf over gerelateerde onderwerpen
4. Toegankelijkheid: ook online is toegankelijkheid belangrijk



Vragen...?

Jorian Damen

