

Tegenstrijdigheid verbinden als Yin en Yang

23-02-2017 06:23

Tegenstellingen hoeven elkaar niet uit te sluiten, ze kunnen juist zorgen voor een stuk verdieping. Kijk nu naar zwart en wit! Maar wanneer het gaat over strategische beslissingen lijkt het haast wel, of we alleen maar kunnen kiezen voor of het ene of het andere! Maar wat als we het slim toepassen met een EN...



Van alle doelgroepen zoals de RECRON die heeft gedefinieerd, is onze doelgroep; avontuurlijk paars, wel het meest gericht op online. Dus moeten we dan zorgen voor de camping met misschien wel de meest snelle wifi oplossing? Het lijkt erg voor de hand te liggen, toch? Maar krijgt onze doelgroep hierdoor wel de (merk) beloofde inspiratie en energie door ons? Onze doelgroep zal je niet zo snel zien op een beurs. Of toch wel? Moeten we als strategische optie alle beurzen uitsluiten? Wat nu als ik het niet over een beurs als de vakantiebeurs heb, maar ik heb het over een beurs speciaal voor Harley Davidson fans? Of wat te denken van een designbeurs? Onze doelgroep houdt van cultuur, maar wat is onze cultuur? Wat is de Friese cultuur? Een onderdeel van onze Friese cultuur is natuurlijk ook zoiets als de fanfare. Bijna elk dorp heeft haar eigen korps. Toch denk ik niet dat onze doelgroep blij wordt wanneer we de fanfare hier op de camping een avond muziek zouden laten verzorgen! Beter kunnen we dan iets doen met het fierljeppen of skutsje zeilen als cultuurdragers. En toch denk ik dat het best een keer ontzettend gewaardeerd zou kunnen worden wanneer we wel de fanfare zouden laten optreden! Met een goed doordacht plan, een aanhaker en een perfecte uitvoering. Want stel je toch voor dat je op een onverwacht moment, hier op onze camping wordt verrast met enorme decibellen uit de tuba en de trommels en trompetten. Stel je voor dat dat het startsein is voor een onverwacht feestje in het thema Prout to be vout! Het verrassingseffect is vele malen groter dan dat we hier wat met een skutsje zullen gaan doen. Onze kamperende gasten zullen deze buitengewoon onverwachte ervaring niet zo snel vergeten. Zeker weten dat ze maandag na dit wonderlijke weekend hierover gaan praten. Kortom, wees niet altijd zo zoekend naar een consistente uitvoering. Een sterk merk is juist door de verdieping, door de, hier of daar, kleine tegenstrijdigheden, mooi. Soms is het juist goed om iets van tegenstrijd te omarmen. Wanneer

heb jij voor het laatst iets tegenstrijdigs omarmd? We zijn benieuwd, wees welkom, de polletjes [Watersportcamping Heeg](#).

Karin Veldhuizen