

Dordrecht en Zandvoort winnen Nationale Citymarketing Trofee 2018

05-06-2018 11:23

De gemeenten Dordrecht en Zandvoort hebben de Nationale Citymarketing Trofee 2018 gewonnen. De jaarlijkse trofee werd uitgereikt op het Nationaal Congres Citymarketing in Leeuwarden. Dordrecht won in de categorie van gemeenten met meer dan 100.000 inwoners, Zandvoort won de prijs in de categorie van gemeenten met minder dan 100.000 inwoners. Gemeenten zijn geselecteerd door citymarketing-experts uit het hele land. Gemeenten die door de experts zijn genoemd kregen de mogelijkheid om zich aan te melden voor de trofee. Op basis van de aanmeldingen zijn acht gemeenten genomineerd. In de categorie van gemeenten met meer dan 100.000 inwoners waren dit naast Dordrecht ook Den Haag, Tilburg en Leeuwarden. In de categorie van gemeenten tot 100.000 inwoners waren naast Zandvoort ook Woerden, Lelystad en Doetinchem genomineerd. Iedere gemeente kreeg een eervolle vermelding van de jury. De jury was onder de indruk van de kwaliteit van de



inzendingen.

De jury over Dordrecht:

Dat Dordrecht resultaat gedreven is, werd tijdens de presentatie opnieuw duidelijk. Als voorheen relatief onbekende gemeente heeft Dordrecht zich in de afgelopen jaren sterk geprofileerd. Er zijn duidelijke doelen gesteld en er is gezorgd voor een eigen identiteit. De jury is onder de indruk van de progressie die in 2017 is geboekt. Met relatief weinig middelen zijn er zichtbare vorderingen gemaakt. Dordrecht heeft haar strategie verbreed en heeft geïnvesteerd in instrumenten waarmee automatische data en agenda-informatie worden gebundeld. Ook lift Dordrecht slim mee op de activiteiten in de regio in het kader van de Holland City-activiteiten van NBTC. Er staat een aantal nieuwe ontwikkelingen / campagnes voor de deur waar de jury met belangstelling naar uitkijkt. De stad levert daarnaast al jaren een prominente bijdrage aan het vakgebied Citymarketing. **Dordrecht Marketing** Cruciaal in de marketingstrategie voor Dordrecht is de combinatie van 'sterk & slim'. Dit wil zeggen, traditionele campagnes als fundament voor de merkbouw van Dordrecht en omliggende regio, aangevuld met eerder kleinschalige maar opvallende en spraakmakende acties. Daarbij is o.a. het volgende van belang: De gerichte combinatie van boodschappen, zodat per uiting meerdere boodschappen worden overgebracht; Het aanbrenge van inhoudelijk samenhang in boodschappen, om zo de gewenste associaties op te roepen; Het realiseren van een grotere slagkracht door samenwerking en bundeling van krachten en budgetten; De stimulatie van alle stakeholders van het merk Dordrecht om de stad en haar toegevoegde waarde op relevante gebieden en richting relevante doelgroepen ook zelf uit te dragen; Een optimaal gebruik van het medianetwerk in en rond Dordrecht; Een slimme en laagdrempelige ontsluiting van de beschikbare informatie over Dordrecht; Een optimale inzet van evenementen als communicatiedrager.



De jury over Zandvoort:

Zandvoort heeft in 2017 een flinke stap voorwaarts gemaakt. Zo is de organisatie ontwikkeld van een louter VVV-organisatie naar een brede citymarketing-organisatie. Zandvoort heeft de jury verrast met haar presentatie en strategie. Het totaalverhaal van Zandvoort, met alle elementen van de badplaats, sprak aan. Evenals de positionering van Zandvoort binnen de Metropoolregio Amsterdam. Daarbij heeft Zandvoort een eigen gezicht laten zien. Met name de intensieve samenwerking tussen de gemeente en Marketing Zandvoort wordt door de jury positief beoordeeld. Parallel aan het ontwikkelen van de nieuwe strategie heeft Zandvoort ook daadkracht getoond door verschillende evenementen te organiseren die 'het verhaal' van Zandvoort versterken. **Zandvoort Marketing** In 2017 transformeerde de VVV in Zandvoort Marketing. Daar ging een intensief proces aan vooraf. Onder leiding van Identity Matching Adacemy (IMA) is samen met bewoners, ondernemers, gemeente en VVV de identiteit van Zandvoort 'opgegraven'. De vertaling van de identiteit van Zandvoort leidde tot de claim Pop Up Zandvoort. Geen merknaam maar een manier van denken en doen. Zandvoort is in staat om snel op trends in te springen en snel en soepel evenementen en initiatieven te faciliteren. De badplaats is nu dé locatie in Nederland waar bedrijven en organisaties in zeer korte tijd een evenement op kunnen zetten of hun product kunnen promoten bij een groot publiek. Meer informatie: www.nationaalcongrescitymarketing.nl www.zandvoortmarketing.nl www.dordrechtmarketing.nl

Redactie