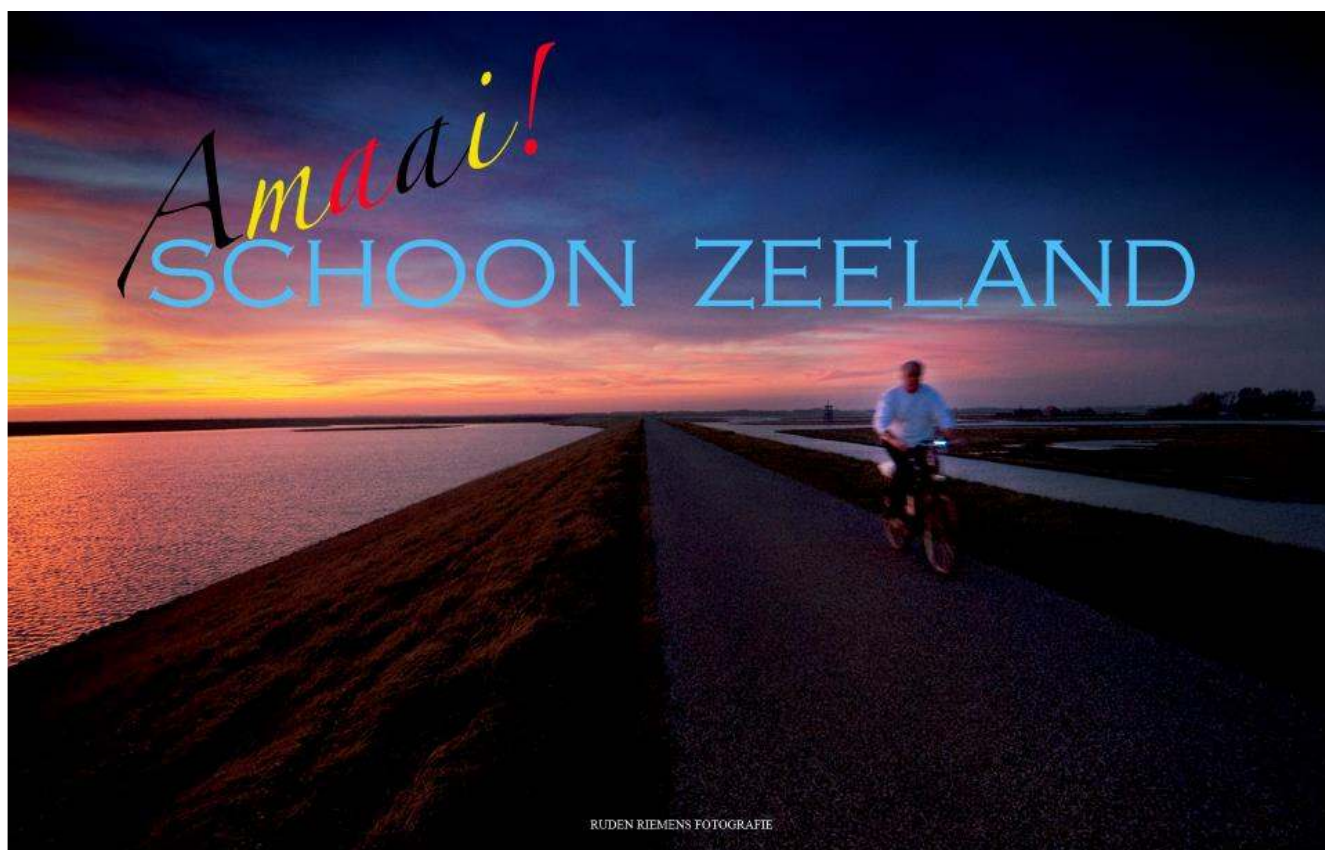


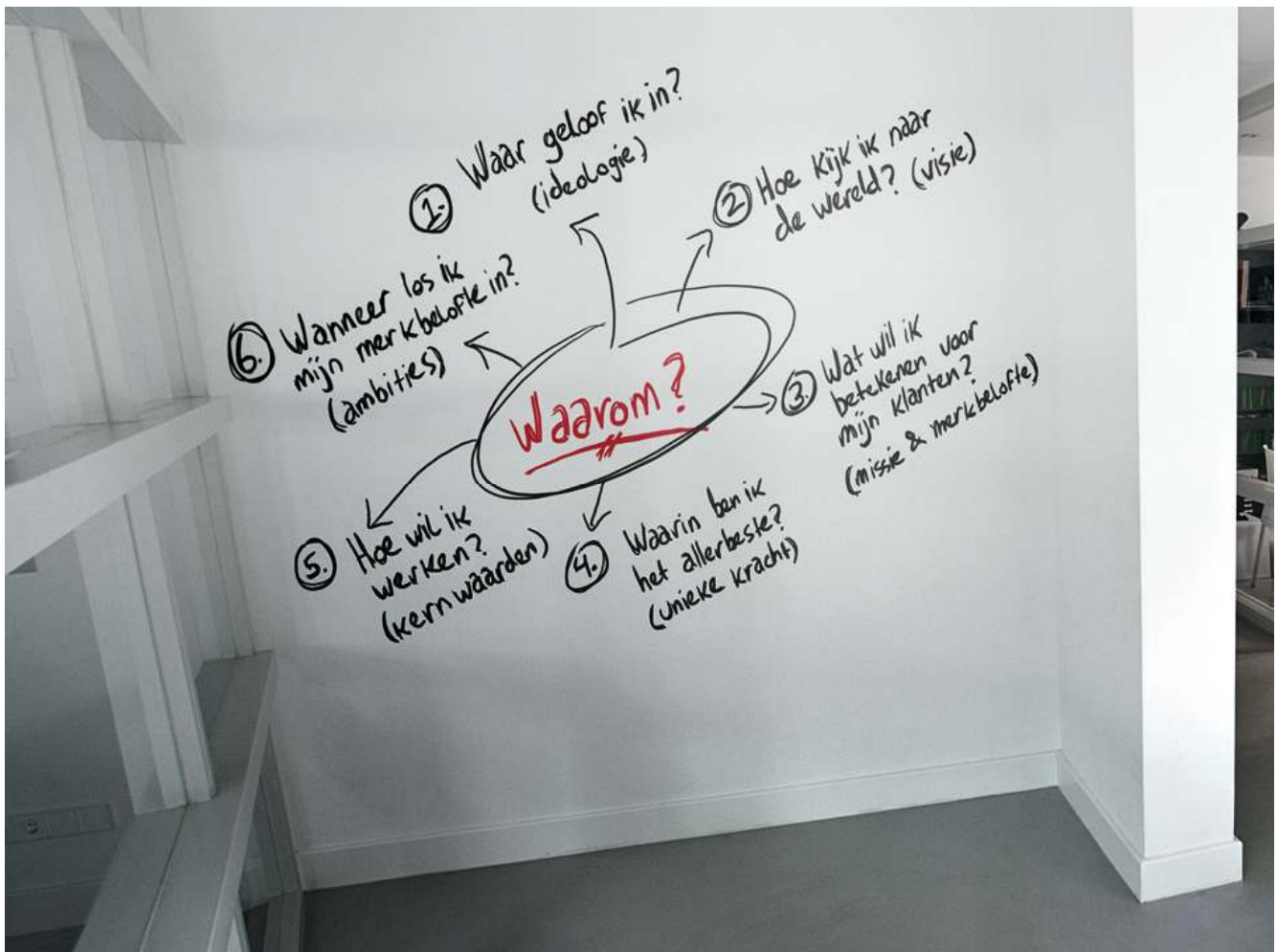






#1

γνώθι
σεαυτόν





#2



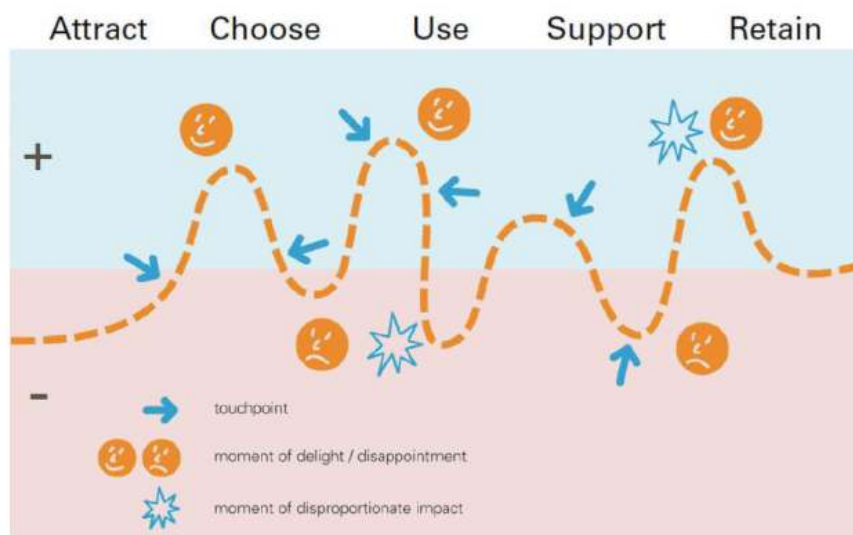
KEN UW KLANT.

En zijn behoeftes

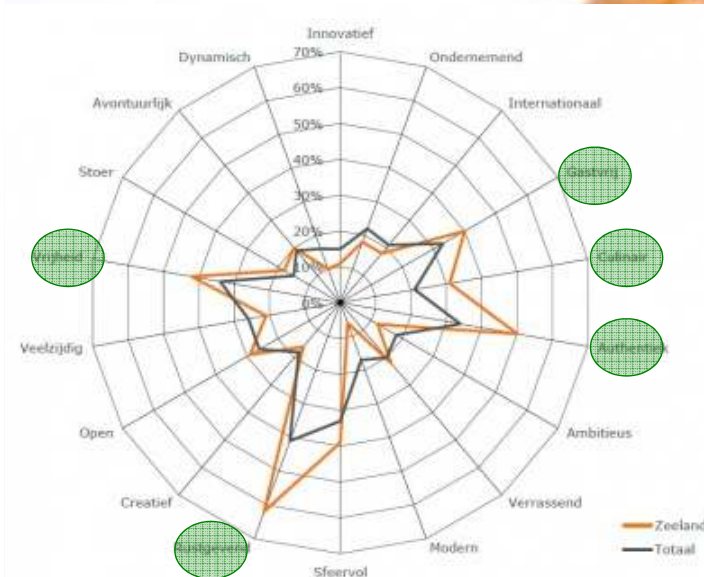


Analyseer systematisch de visitor journey

Understanding the customer touchpoints



Ken jouw imago bij je (potentiële) klant



RULE (3)

Versterk je troeven,
vertaal ze in klantenvoordelen
en speel ze uit





Zet voluit in op je eigen sterktes

Nederland = Eten uit de muur
Zeeland = Sergio Herman





Ben je bewust van je minpunten,
en werk er aan of ...



Lach zelf met je eigen zwaktes





Gierig, misschien?

*Maar zeker lekker
voordelig!*

LAST-MINUTE



Only in Ghent



There are streets over there.



Speel in op wat Belg mist aan zijn kust



Rustgevende sfeer (geen drukte met drommen mensen rondom)



Speel in op wat Belg mist aan zijn kust



Eindeloze natuurlijke stranden



Speel in op wat Belg mist aan zijn kust



Speel in op wat Belg mist aan zijn kust





Speel in op wat Belg mist aan zijn kust



Speel in op wat Belg mist aan zijn kust





Speel in op wat Belg mist aan zijn kust



Speel in op wat Belg mist aan zijn kust





Begrijp de trends en speel er op in
Maar besef dat ...



Enkele voorbeelden :

**Delen is het
nieuwe hebben.**

- Steeds minder waarde aan bezit
- Niet “hebben” maar “gebruik maken van”
- Verkoop boten, campers
- Verhuur stijgt → samenwerkingsformules met verhuurders boten, caravans, campers,...



Enkele voorbeelden : YEEPIE !



Ontwikkelen van arrangementen voor die
doelgroep met beschikbare usp's in regio

Family bonding



Speciale arrangementen/tarieven voor
ouders met kinderen
Grootouders met kleinkinderen
"Kleine" "grote" groepen
Gezellig samen



Jouw aanbod :
méér dan alleen een product of
een dienst



Er is koffie ...





... en koffie



... en koffie





Er zijn varkens ...



... en varkens





Er zijn runderen...



... en runderen

Welke boeren maken het rundvlees waar Nederland blij van wordt?
De 21 kandidaten zijn bekend!





... en zo verder



The Progression of Value





Comfort

Wifi : gratis, snel, altijd en overal
Taal = gemakkelijk
Gebruik het woord "comfort"
Maar "aanwezig" is niet meer voldoende
Service !



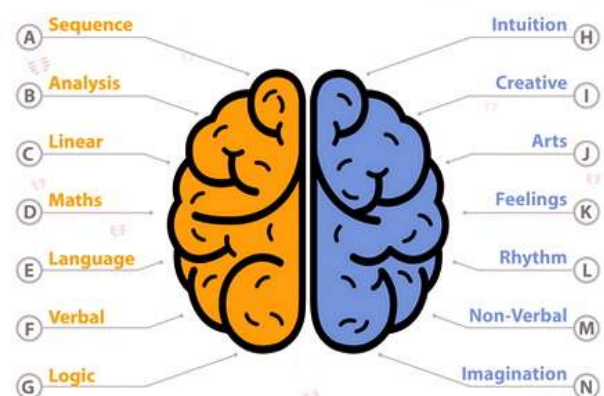
Website
Social Media
Communicatie
Doelgroep
Duidelijk
Zakelijk
Advertentie Brochure

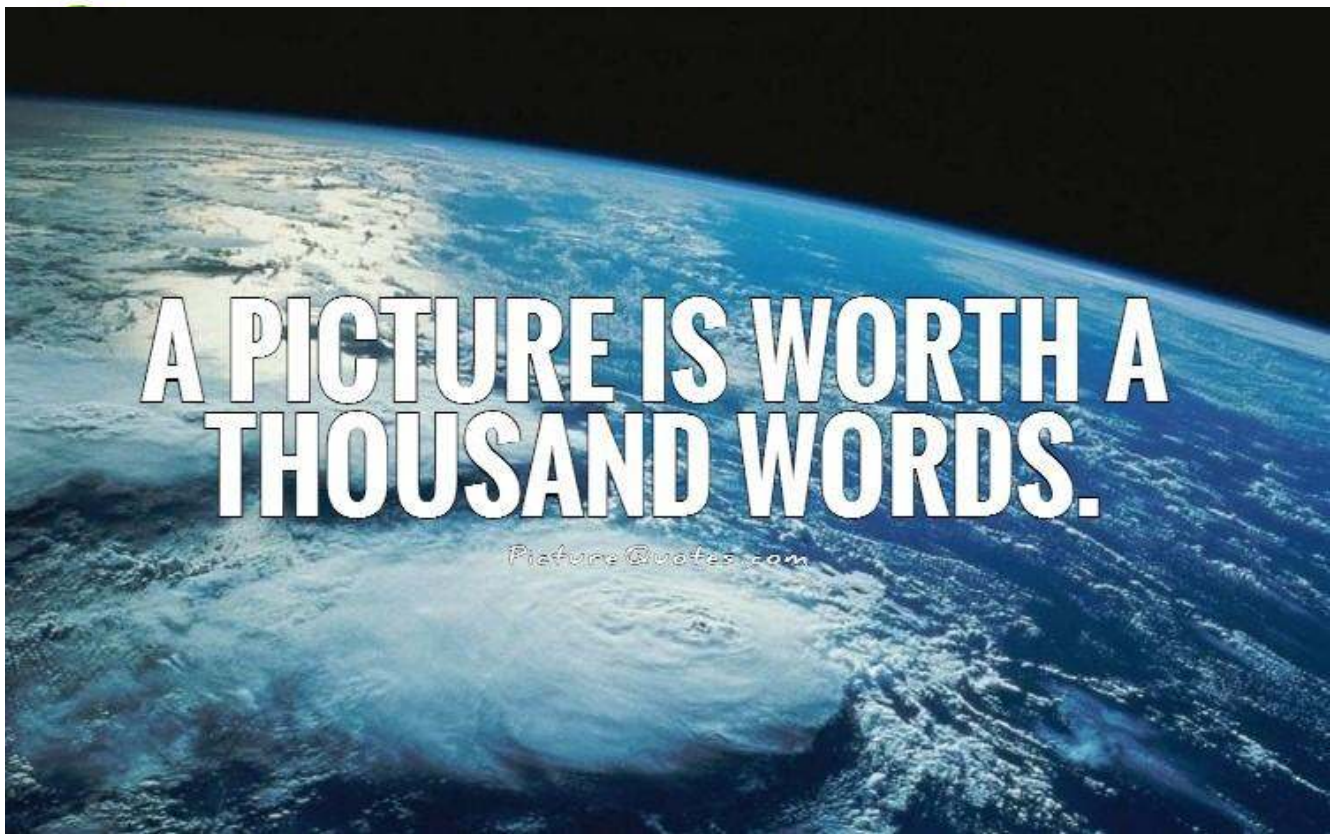


RULE# 6



Left And Right Brain Sign





Gebruik wel de juiste beelden ...



Music was my first love,
and it will be
my last.



Broadcast Yourself™



Make it personal!



Wees eerlijk !

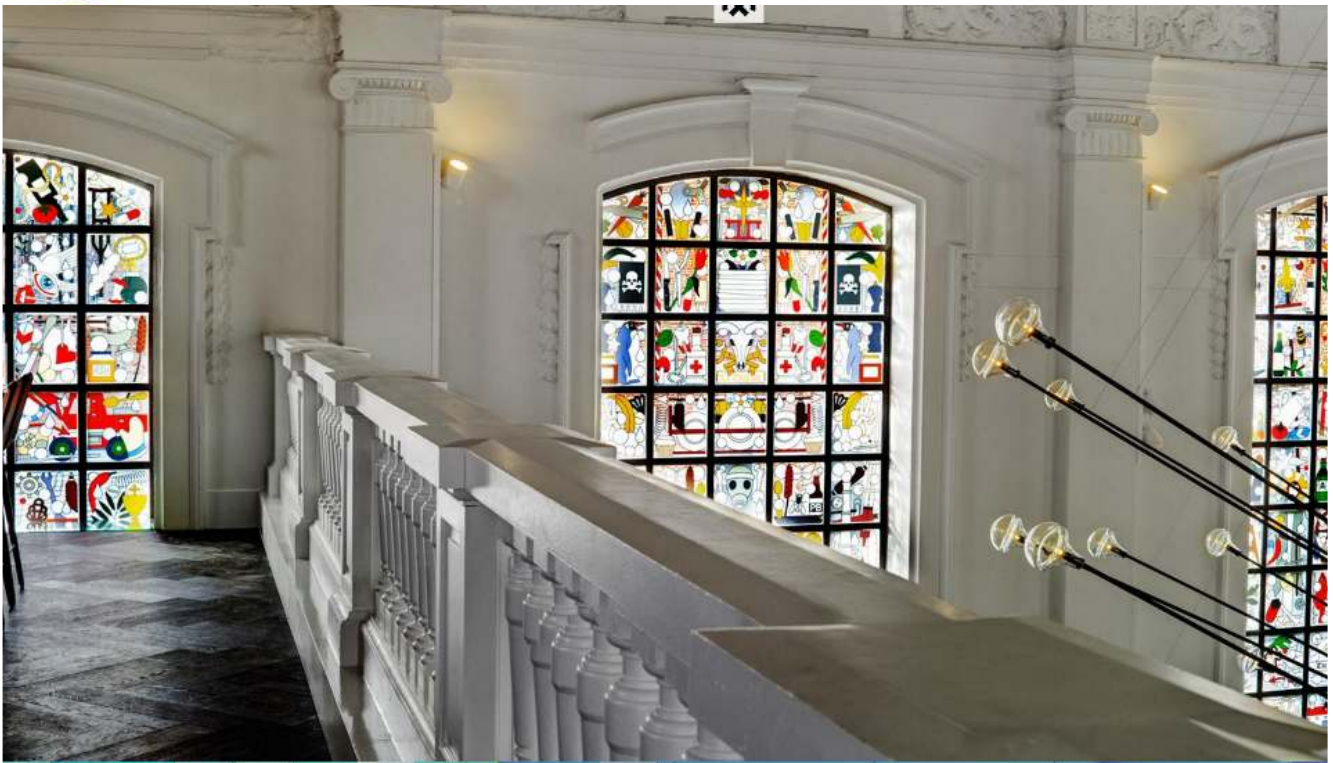
Verklaar die "kleine Belg" jullie liefde
De Belg houdt van gastvrije en authentieke mensen



Rule
7

Tell me a story !





History

Nick:

'Begin 2011 vroeg ik Sergio mee voor een ontbijt in Knokke. Ik was onrustig over de toekomst, voelde dat ik nieuwe uitdagingen nodig had. De kar trekken in de keuken van Oud Sluis was niet meer genoeg. Ik was nog jong, maar wilde bijleren op andere vlakken dan alleen het culinaire. Ik wilde Sergio vertellen dat ik dacht aan een nieuwe uitdaging. En dat moest ik op tijd doen, want Sergio had toen net zijn tweede zaak Pure C in Cadzand geopend. Dus op een zaterdagochtend zaten we aan tafel, eindelijk een rustig moment in ons hectische bestaan, om te praten over de toekomst. Hij luisterde naar mijn verhaal en vroeg wat concreet mijn ambities waren, waarom ik aan andere dingen dacht. Al snel werd me duidelijk dat Sergio nog wel trek had in een nieuwe uitdaging, als Pure C eenmaal goed op punt zou staan. Misschien was samen een zaak beginnen wel het juiste verhaal.'

Sergio:

'Enkele maanden later kreeg ik telefoon van Job Smeets van Studio Job. Hij vertelde over een plek in Antwerpen, een voormalige kapel die zo schitterend was dat het wel eens het mooiste restaurant van België zou kunnen worden. Een eerste bezoek was genoeg. Het voelde direct als de plek waar het moest gebeuren. Het pand was misschien wel veel te groot voor een restaurant dat we tot het level wilden brengen dat bij ons zou passen. Maar het niet doen was geen optie. Ik dacht alleen maar: als we dit echt gaan doen, dan hebben we hulp nodig van mensen die dicht bij ons staan.'

En zo is het begonnen. Drie jaar lang jaar lang hebben we gebrainstormd, gewerkt, gevochten. Met partners, leveranciers, kunstenaars, ondernemers en natuurlijk met de man die dit kon vormgeven: Piet Boon. The Jane was never mogelijk geweest zonder het vertrouwen van alle mensen die ons hebben geholpen bij dit project. Van het kleinste kussentje op de banken tot de drie keukens waar we als nooit tevoren kunnen dansen achter de kachel. Alles in The Jane is een gesprek, een discussie, een onderhandeling geweest. En alles is tot stand gekomen door de mensen om ons heen. Ons team, onze restaurant-manager Robert en alle partners hebben er voor gezorgd dat wij nu onze droom kunnen waarmaken.'

De authentieke gevels zijn de stille getuigen van de ongelooflijke bloei van de Gentse economie tijdens de Middeleeuwen. In die tijd vormden de Gras- en Korenlei één van de belangrijkste Vlaamse havens.





meer lezen over trends en innovaties op gebied van drank? Abonneer je gratis op Drink Inspiration Magazine

Verleiding op het terras

Om een geweldig terrasseizoen te draaien verleid je je gasten en neem je ze mee op reis in hun glas. Acht trends en twee rondjes ondernemerstips om dit voorjaar extra indruk te maken.

Port met tonic	koele rode wijn	Label revolutie	in de biertuin	Verleid met de kaart
d.t.y. radler	niet (meer) voor oma	Cider house rules	bloody viking	Succesvol terrasseizoen? 10 tips!



PRIX DU CAFÉ EN TERRASSE

UN CAFÉ "		7€
UN CAFÉ, S'IL VOUS PLAÎT."		4,25
BONJOUR, UN CAFÉ, S'IL VOUS PLAÎT."		14

#8





Think Different : Rode Oceaan versus Blauwe Oceaan



- Concurrereert in bestaande markt
- Verslaan van de concurrentie
- Uitbuiten van bestaande vraag
- Trade off tussen waarde en kosten
- Het hele systeem van de activiteiten van een bedrijf afstemmen op de strategiekeuze differentiatie of lage kosten

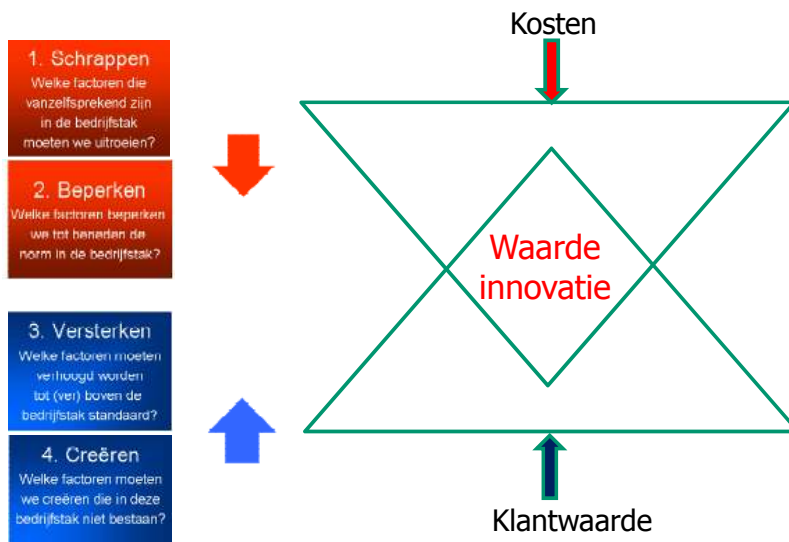


- Creëren van open ruimte in de markt
- Maak de concurrentie irrelevant
- Creëren van nieuwe vraag
- Doorbreken waarde – kosten trade off
- Het hele systeem van de activiteiten van een bedrijf afstemmen op het streven naar differentiatie en lage kosten



Basisprincipe Blauwe Oceaan : streef naar waardeinnovatie

Centraal staat gelijktijdig
Kosten verlagen + Klantwaarde verhogen





Basisprincipe Blauwe Oceaan : waardeinnovatie



CIRQUE DU SOLEIL.



- 1. Schrappen**
Welke factoren die vanzelfsprekend zijn in de bedrijfstak moeten we uitroeien?
- 2. Beperken**
Welke factoren beperken we tot beneden de norm in de bedrijfstak?





CIRQUE DU SOLEIL.

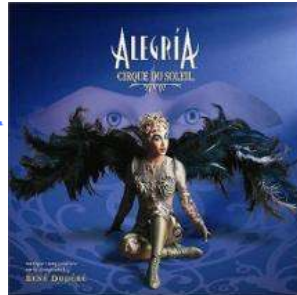


3. Versterken

Welke factoren moeten verhoogd worden tot (ver) boven de bedrijfstak standaard?

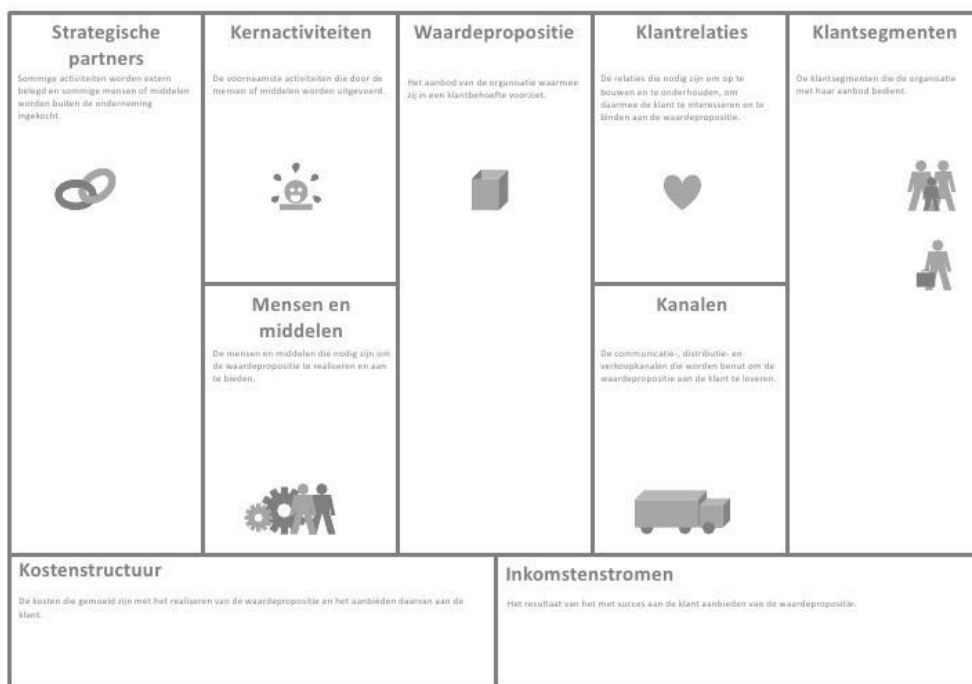
4. Creëren

Welke factoren moeten we creëren die in deze bedrijfstak niet bestaan?



9

Zorg voor een consistent business model





En ga daarin op zoek naar blauwe oceanen



....Do not forget the basics!





Horeca- en toerismeaanbod

Quikscan	On- en offline Communicatieplan voor uw bedrijf	Marketingplan voor uw bedrijf	Businessplan voor uw bedrijf
Quikscan van uw businessconcept en communicatiemix	Grondige analyse en uitschrijven van uw ideale communicatiemix + planning	Grondige analyse en uitschrijven van uw ideaal businessconcept en communicatiemix + planning	Grondige analyse en uitschrijven van uw ideaal uw businessconcept, communicatiemix en financieel plan + planning
- Quikscan van uw huidige businessconcept en communicatiemix - Snel uitvoerbare acties met onmiddellijk resultaat - Heelder diagnose-rapport sterktes & zwaktes - Heelder diagnose-rapport Sterktes & Zwaktes	- Grondige analyse van uw huidige communicatiemix, on- en offline - Uitgeschreven advies per actie - Concreet en praktisch actieplan met timing binnen uw budget	- Grondige analyse van uw businessconcept en huidige multi-marketing en communicatiemix - Uitgeschreven advies per actie - Optimale inzet van de diverse multi-marketing en communicatie-instrumenten afgestemd op uw businessconcept - Concreet en praktisch actieplan met timing binnen uw budget	- Grondige scan van uw huidige businessconcept en multi-marketing en communicatiemix - Uitgeschreven advies per actie - Optimale inzet van de diverse multi-marketinginstrumenten afgestemd op uw businessconcept - Uitgewerkt financieel model van opbrengsten, kosten en ROI - Concreet en praktisch actieplan met timing binnen uw budget



Checklist

TECHNISCHE BIJLAGE	Quikscan	On- en offline Communicatieplan	Marketingplan	Businessplan
Businessconcept				
Visie & Missie	✓	✗	✓	✓
Waarden & Normen	✓	✗	✓	✓
Klantenanalyse	✓	✗	✓	✓
Klanten doelgroepen	✓	✗	✓	✓
Klantenbehoeften	✓	✗	✓	✓
Product & aanbodstrategie	✓	✗	✓	✓
Product en aanbod segmentatie	✓	✗	✓	✓
Distributiekanalen	✓	✗	✓	✓
Prijsstrategie & Promoties	✓	✗	✓	✓
Concurrentenanalyse	✓	✗	✓	✓
SWOT	✗	✗	✓	✓
Positionering	✓	✗	✓	✓
Communicatiemix				
Merksnaam & basefine	✓	✓	✓	✓
Projectbeschrijving & elevator pitch	✓	✓	✓	✓
Logo & huisstijl	✓	✓	✓	✓
Marketingmiddelen	✓	✓	✓	✓
Website	✓	✓	✓	✓
Zoekmachineoptimalisatie	✓	✓	✓	✓
Sociale Media	✓	✓	✓	✓
E-mailmarketing	✓	✓	✓	✓
Mobiele marketing	✓	✓	✓	✓
Kennis delen	✓	✓	✓	✓



Checklist

TECHNISCHE BIJLAGE	Quikscan	On- en offline Communicatieplan	Marketingplan	Businessplan
Businessconcept				
Visie & Missie	✓	✗	✓	✓
Waarden & Normen	✓	✗	✓	✓
Klantenanalyse	✓	✗	✓	✓
Klanten doelgroepen	✓	✗	✓	✓
Klantenbehoeften	✓	✗	✓	✓
Product & aanbodstrategie	✓	✗	✓	✓
Product en aanbod segmentatie	✓	✗	✓	✓
Distributiekanalen	✓	✗	✓	✓
Prijsstrategie & Promoties	✓	✗	✓	✓
Concurrentenanalyse	✓	✗	✓	✓
SWOT	✗	✗	✓	✓
Positionering	✓	✗	✓	✓
CommunicatieMIX				
Merksnaam & base line	✓	✓	✓	✓
Projectbeschrijving & elevator pitch	✓	✓	✓	✓
Logo & huisstijl	✓	✓	✓	✓
Marketingmiddelen	✓	✓	✓	✓
Website	✓	✓	✓	✓
Zoekmachine optimalisatie	✓	✓	✓	✓
Sociale Media	✓	✓	✓	✓
E-mailmarketing	✓	✓	✓	✓
Mobiele marketing	✓	✓	✓	✓
Kennis delen	✓	✓	✓	✓



Checklist

	Quikscan	On- en offline Communicatieplan	Marketingplan	Businessplan
Partnerships	✓	✓	✓	✓
Netwerken & events	✓	✓	✓	✓
Sponsoring	✓	✓	✓	✓
Beurzen	✓	✓	✓	✓
Persaandacht	✓	✓	✓	✓
Adverteren on/offline/audiovisueel	✓	✓	✓	✓
Direct mail	✓	✓	✓	✓
In-outdoor	✓	✓	✓	✓
Customer Journey	✓	✓	✓	✓
Het verkooppunt	✓	✓	✓	✓
Klantenacties	✓	✓	✓	✓
Doelstellingen				
Analyse en bepalen van de communicatie doelstellingen	✗	✗	✓	✓
Analyse & Bepalen nieuwe financiële doelstellingen	✗	✗	✓	✓
Analyse & Bepalen commerciële doelstellingen	✗	✗	✓	✓
Analyse & Bepalen organisatorische doelstellingen	✗	✗	✓	✓
Analyse & Bepalen persoonlijke doelstellingen	✗	✗	✓	✓
Soort Advies				
Sterke-Zwakke analyse/ Sleutelsuccesfactoren en knelpunten	✓	✓	✓	✓
Uitgeschreven advies per actie	✗	✓	✓	✓
Actieplanner en evaluatieplanner communicatieMIX	✗	✓	✓	✓
Actieplanner en evaluatieplanner businessconcept	✗	✗	✓	✓
Werk- en inspiratieboek op maat communicatie	✗	✓	✓	✓
Werken inspiratieboek op maat businessconcept	✗	✗	✓	✓
Uitgeschreven financieel advies Accountant	✗	✗	✗	✓



THANKS!



Patrick Van Impe
Mojito Marketing Services bvb
Patrick@mojito-ms.be
+32 478 43 19 84



Philippe Lefebvre
Mice Manager Stad Gent
Philippe.Lefebvre@gent.be
+32 476 46 64 78