

Bedrijfsconcept verblijfsrecreatie

Workshop ondernemersdag
Multifunctionele Landbouw
Barchem, 18 maart 2010.

Korte introductie

- Richard Geerts
- Docent
- Land van Ooit
- Libéma
- European Fun Factory
- NHTV

Korte inventarisatie

Checklist Verblijfsrecreatie

Welke vormen van marketing bedrijft u?

1. Heeft u een folder? JA ☐ NEE ☐ ☐

Bij nee ga door naar vraag 2

➤ Hoe oud is deze folder

1 jaar ☐ 2 jaar ☐
3 jaar ☐ ouder ☐

➤ Zijn de foto's in uw folder door een fotograaf gemaakt? JA ☐ NEE ☐ ☐

➤ Staat u zelf in / of uw gezin op deze foto's? JA ☐ NEE ☐ ☐

2. Heeft u een website? JA ☐ NEE ☐ ☐

Bij nee ga door naar vraag 3

➤ Hoe oud is uw website? JA ☐ NEE ☐ ☐

➤ Kunnen mensen een reactie op uw site achterlaten die iedereen kan lezen? JA ☐ NEE ☐ ☐

➤ Staat op uw site informatie over de omgeving en zijn mogelijkheden? JA ☐ NEE ☐ ☐

➤ Kan men direct reserveren / boeken via de site? JA ☐ NEE ☐ ☐

➤ Staan de prijzen duidelijk op de site vermeld? JA ☐ NEE ☐ ☐

3. Plaast u advertenties in bladen? JA ☐ NEE ☐ ☐

Bij nee ga door naar vraag 4

➤ lokaal? JA ☐ NEE ☐ ☐

➤ Regionaal? JA ☐ NEE ☐ ☐

➤ Nationaal? JA ☐ NEE ☐ ☐

➤ Internationaal? JA ☐ NEE ☐ ☐

➤ Hoe lang hebt u aan de advertentie niets veranderd?

1 jaar ☐ 2 jaar ☐
3 jaar ☐ ouder ☐

4. Meet u hoe nieuwe gasten bij u terechtkomen? (via website, advertentie, folder, mond op mond reclame etc.) JA ☐ NEE ☐ ☐

5. Doet u lokaal veel aan publiciteit? (buurt, ondernemersvereniging etc.) JA ☐ NEE ☐ ☐

6. Houdt u wel eens een open dag? JA ☐ NEE ☐ ☐

7. Kunt u uw product in 2 korte zinnen omschrijven? JA ☐ NEE ☐ ☐

Zo ja doe dat dan hier:

8. Hoeveel jaar geleden heeft u voor het laatst een nieuw product geïntroduceerd op uw bedrijf? 1 j ☐ 2 j ☐
3 j ☐ 4 j ☐
5 j ☐ 6 j ☐

9. Voegt u aan uw huidige producten vaak nieuwe elementen / wijzigingen toe? JA ☐ NEE ☐ ☐

10. Investeert u ieder jaar in nieuwe dingen m.b.t. het product dat u verkoopt? JA ☐ NEE ☐ ☐

Subtotaal blad 1: ☐

Concept

Volgens Wikipedia o.a.:

- Een eerste ontwerp
- Een verzameling abstracte ideeën

Bedrijfsconcept:

- Volgens Google een ruim begrip

Waarom behoefte aan bedrijfsconcepten?

- Veranderende markt
- Veranderende consument
- Veranderende vraag
- Wil je met je bedrijf in de toekomst een rol blijven spelen dan is het belangrijk je daarvan bewust te zijn

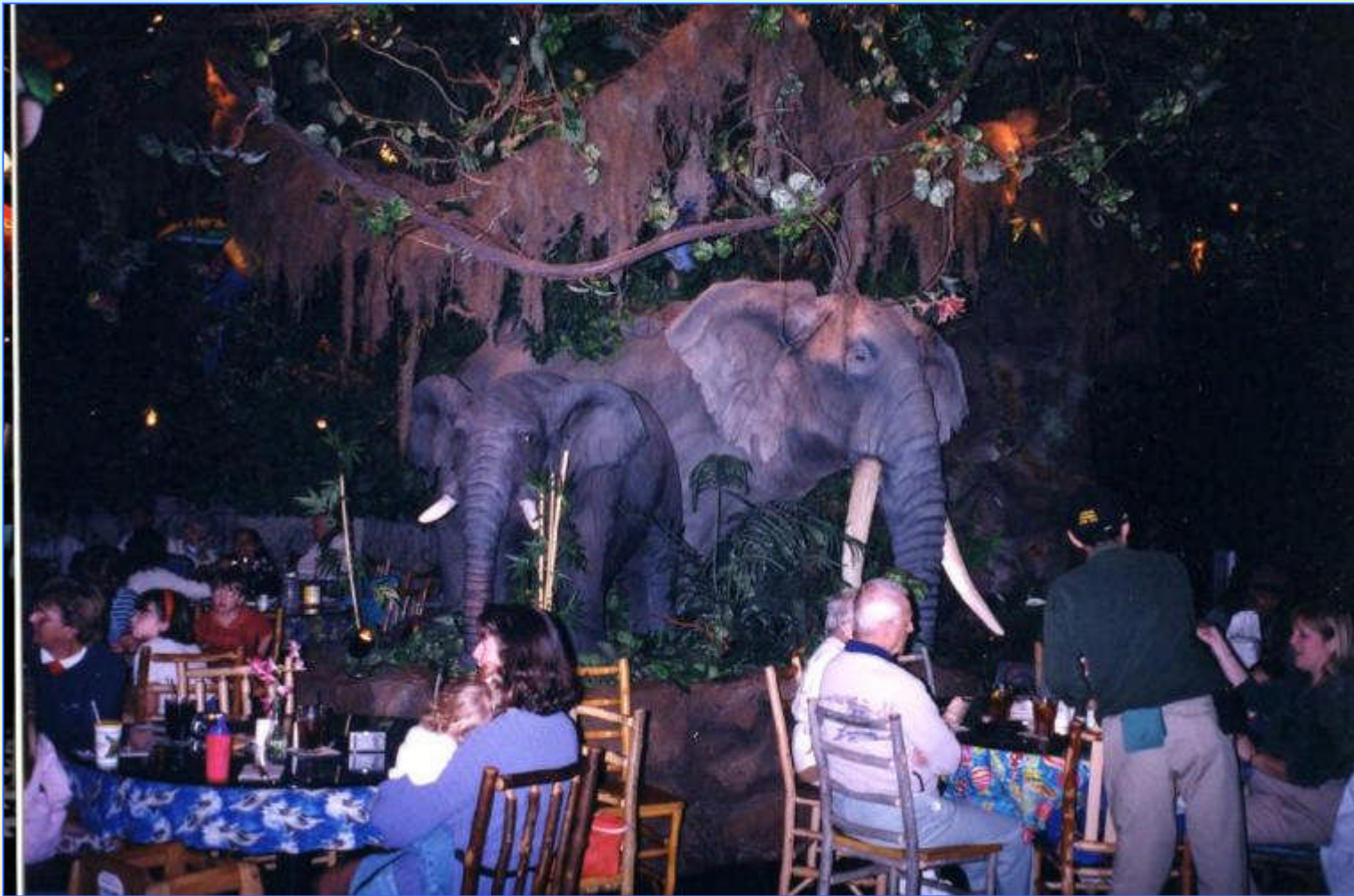
Belevingseconomie

- Mondiaal reizen van de consument
- Komst van Disney naar Europa
- Invloed van Multi media op reclame en zijn talrijke mogelijkheden
- Overgewaaide trend uit Amerika

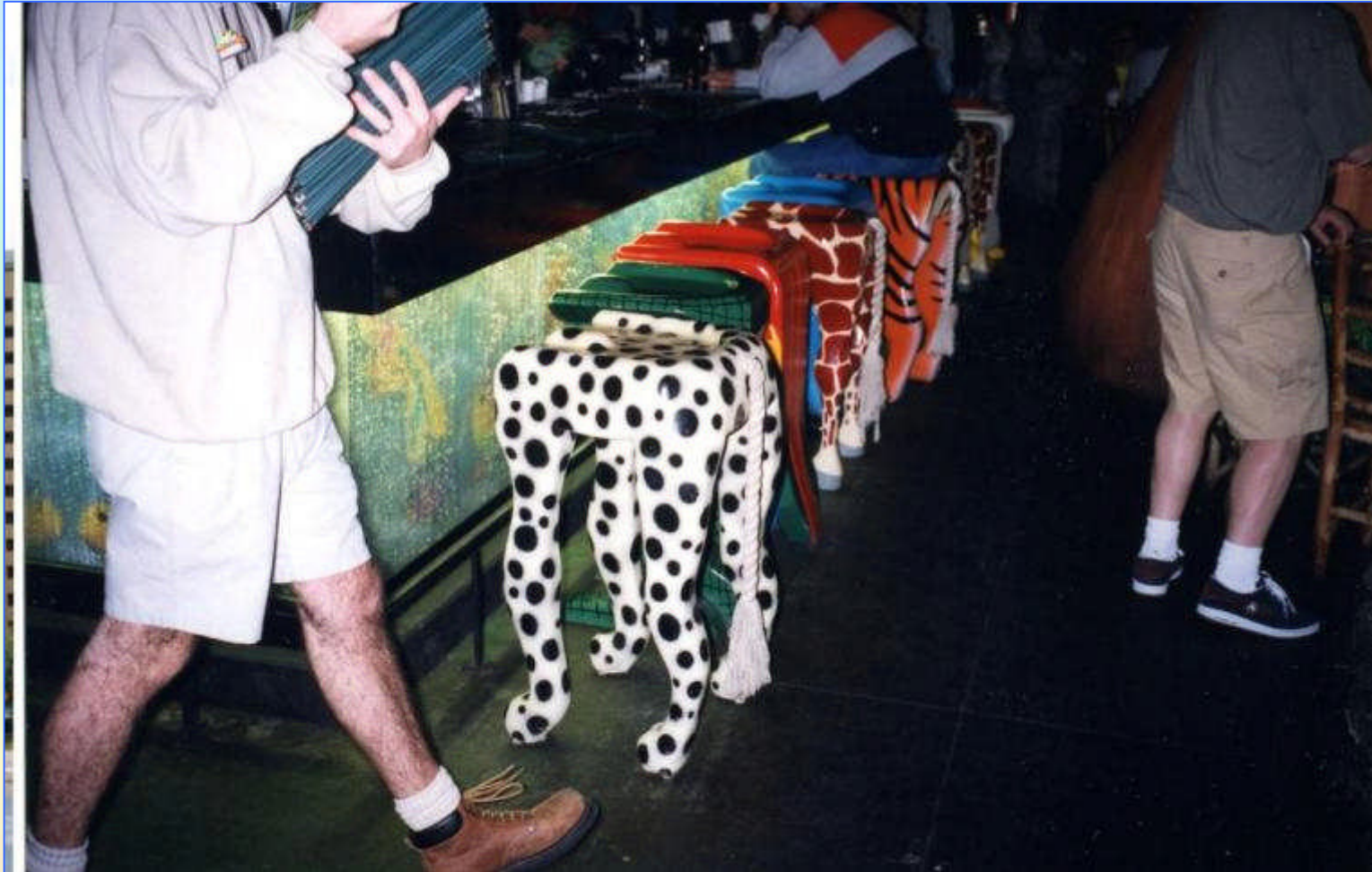
FAO Schwarz Orlando



Rainforest café Orlando



Rainforest café Orlando



Disneyhotel



Het product

- Het draait al lang niet alleen meer om het product alleen
- Producten worden gekoppeld aan merken die staan voor een gevoel, een beleving
- De beleving staat centraal in marketing en PR

Wat roept deze advertentie bij u op?

**WILT U OOK MEER JONGE GEZINNEN
NAAR UW ONDERNEMING?**



Kinderen hebben de tijd van hun leven met de producten van BERG Toys. Zo kunt u met de skelters van BERG Toys een circuit creëren waarop kinderen als een echte coureur kunnen racen. Of wat denkt u van een trampoline park voor kinderen? BERG heeft een assortiment aan trampolines waarmee u dit kunt realiseren.

BERG Toys is een bedrijf dat zich gespecialiseerd heeft in kwalitatief outdoor speelgoed voor kinderen. Variërend van skelters, trampolines, BalanzBikes tot stepjes en bolderkarren. Ook heeft BERG diverse skelters en trampolines voor

de verhuur. Speciaal voor de recreamarkt is er ook de familiefiets, een 4 persoons-fiets waarmee ouders en kinderen een rondrit over uw bedrijf kan maken.

BERG Toys is gevestigd in Wekerom en bedenkt en maakt het speelgoed zelf. Het staat niet alleen alleen garant voor speelplezier, maar ook voor kwaliteit en veiligheid. Alle producten van BERG zijn CE, Tuv en AIB gecertificeerd. Wat betekent dat ze zijn gemaakt van duurzame materialen en voorzien van remsystemen en stabiliteitscontroles.



**HEEFT U INTERESSE KIJK DAN VOOR MEER INFORMATIE
OP WWW.BERGTOYS.COM OF BEL 0318 – 467171.**

Wat roept deze advertentie bij u op?



de Animatie
COMPAGNIE

- Enthousiaste en professionele animatieteams
- Op maat gemaakte animatieprogramma's
- Door SFR erkende trainingen
- Marketing en sfeerconcepten
- Characterontwikkeling
- Animatie cd's en dvd's

**Goede sfeer
laat zich organiseren**

www.goedesfeer.nl • tel. 0118 - 642100 • info@goedesfeer.nl

Zonder emotie geen beleving!

- Beleving ontstaat door het prikkelen van de zintuigen
- Kan groots zijn (vakantie, pretpark, kermis)
- Kan klein zijn (koffie)











Beleving!

- Is afhankelijk van de ontvanger (doelgroep)
- Is afhankelijk van de 'context'
(koffie als beleving / koffie bij het ontbijt)
- Is onderhevig aan de tijd / ontwikkeling
(vliegen; van beleving tot vervoer)

Hoe kun je een beleving creëren?

- Door productontwikkeling (breed zien dus ook diensten, alles waarmee de bezoeker in aanraking komt)
- Door thematisering (creëren van een thema met tot doel de gast het gevoel te geven uit zijn eigen wereld te stappen)
- Door conceptontwikkeling (bv Dome concept Center Parcs en het concept van Disney)

Wat is het doel: ??

- Het creëren van een beleving bij de gast
- Een beleving hoeft niet altijd gecreëerd te worden door totale thematisering.
(e.e.a. is afhankelijk van het doel / doelgroep / product)
- Voorbeeld: Happy Meal



De theorie

Ansoff-matrix

Product Markt	<i>Bestaande producten</i>	<i>Nieuwe producten</i>
<i>Bestaande markten</i>	1. Marktpenetratie	3. Productontwikkeling
<i>Nieuwe markten</i>	2. Marktontwikkeling	4. Diversificatie

Wat heb je nodig?

Input, kennis van het bedrijf:

- waar is behoefte aan? (vanuit bedrijfsoogpunt)
- probeer zo duidelijk mogelijk de vraag / het probleem te omschrijven.

Wat heb je nodig?

- Als dat vastgesteld is kun je de vraag beantwoorden: aan wat voor soort product (concept) heeft het bedrijf behoefte?
- Voor wie is het product bestemd?

Doelgroep

- Wat wil de doelgroep; probeer je te verdiepen in de doelgroep, leg je oor te luister bij de gast, praat met collega's over hun ervaringen.
- Trends en ontwikkelingen in de markt (zowel aan vraag als aan aanbod zijde); lees vakbladen en kijk op internet.

Wat is er nog meer nodig

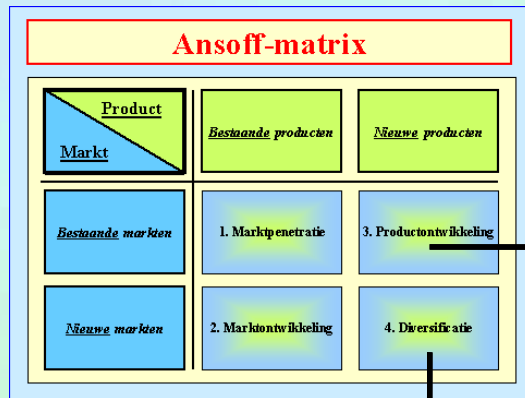
- Originaliteit
- Inventiviteit (geraffineerd -vernuftig - vindingrijk -uitvindend)
- Creativiteit
- Gezond verstand
- Kennis van kosten / opbrengsten
- Enthousiasme en motivatie (gedrevenheid)

Verschillende soorten PMC

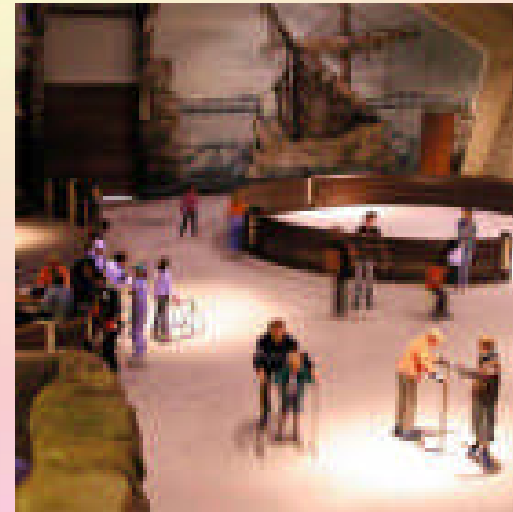
(product markt combinatie)

- In hardware: een product samengesteld uit louter 'hardware' elementen zoals bijvoorbeeld een vakantiebungalow
- In software: een product samengesteld uit verschillende producten die gezamenlijk een product vormen zoals bijvoorbeeld een themafeest.

PMC in hardware

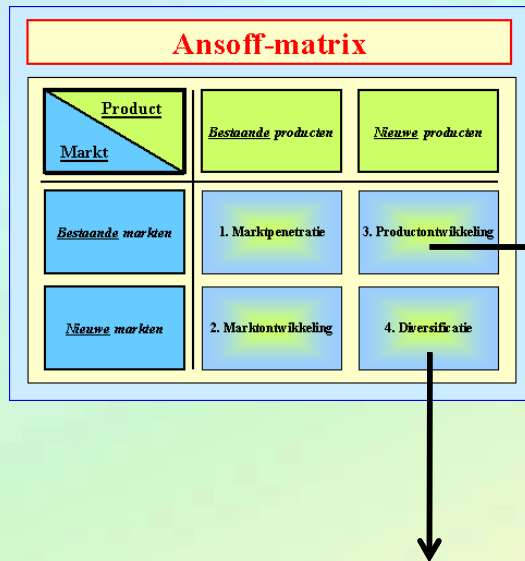


- Vliegende Hollander (Efteling)
- Safari lodge (Beekse Bergen)



- Bosrijk (Efteling)
- Arctic Harbor (Sportiom)

PMC in software



- Zomeravonden
- (Efteling)
- Kerstdiner voor de dieren (Safari BB)

- Winterefteling (Efteling)
- Halloween (Walibi)

Speelland



Safaricamping



Beekse Bergen



Zelf aan de slag

- brainstormen

Welkom

Het gevoel als gast welkom te zijn

Een voorbeeld







Een techniek: Combineren.

Variabele	Variabele	Variabele

Welkom

Welkomst product	Een activiteit	Iets uit de omgeving

stappenplan

- Waar is behoefte aan in het bedrijf?
- Wat voor soortproduct / concept moet het zijn?
- Formuleer de vraag / het probleem zo helder mogelijk
- Voor wie is het product bestemd?
- Wat wil die doelgroep?
- Wat zijn de trends en ontwikkelingen?
- Maak een keuze vanuit de Ansoff Matrix:
Bestaand of nieuw product, bestaande of nieuwe markt?

Stappenplan vervolg:

- Maak een keuze voor hardware of software
- Verzamel zoveel mogelijk **ongeremd** ideeën.
(geen Ja maar)
- Maak een keuze uit de ideeën en stel die bij /
onderzoek op haalbaarheid
- Maak een definitieve keuze en werk die verder
uit
- Beslissing
- Realiseren
- Implementeren

Checklist Verblijfsrecreatie

Welke vormen van marketing bedrijft u?

1. Heeft u een folder?	JA	☐	10	NEE	☐	5	
Bij nee ga door naar vraag 2							
➤ Hoe oud is deze folder	1 jaar	☐	10	2 jaar	☐	4	
	3 jaar	☐	0	ouder	☐	-10	
➤ Zijn de foto's in uw folder door een fotograaf gemaakt?	JA	☐	10	NEE	☐	0	
➤ Staat u zelf en / of uw gezin op deze foto's?	JA	☐	0	NEE	☐	5	
2. Heeft u een website?	JA	☐	15	NEE	☐	0	
Bij nee ga door naar vraag 3							
➤ Is uw website ouder dan 2 jaar?	JA	☐	5	NEE	☐	10	
➤ Kunnen mensen een reactie op uw site achterlaten die iedereen kan lezen	JA	☐	10	NEE	☐	0	
➤ Staat op uw site informatie over de omgeving en zijn mogelijkheden?	JA	☐	10	NEE	☐	5	
➤ Kan men direct reserveren / boeken via de site?	JA	☐	10	NEE	☐	5	
➤ Staan de prijzen duidelijk op de site vermeld?	JA	☐	10	NEE	☐	5	
3. Plaatst u advertenties in bladen ?	JA	☐	10	NEE	☐	5	
Bij nee ga door naar vraag 4							
➤ Lokaal?	JA	☐	5	NEE	☐	2	
➤ Regionaal?	JA	☐	10	NEE	☐	2	

➤ Nationaal?	JA	☐	10	NEE	☐	2	
➤ Internationaal?	JA	☐	5	NEE	☐	2	
➤ Hoe lang hebt u aan de advertentie niets veranderd?	1 jaar	☐	10	2 jaar	☐	2	
	3 jaar	☐	0	ouder	☐	-10	
4. Meet u hoe nieuwe gasten bij u terechtkomen? (via website, advertentie, folder, mond op mond reclame etc.)	JA	☐	10	NEE	☐	2	
5. Doet u lokaal veel aan publiciteit? (buurt, ondernemersvereniging etc.)	JA	☐	5	NEE	☐	5	
6. Houdt u wel eens een open dag?	JA	☐	2	NEE	☐	5	
7. Kunt u uw product in 2 korte zinnen omschrijven?	JA	☐	10	NEE	☐	5	
Zo ja doe dat dan hier: _____							
8. Hoeveel jaar geleden heeft u voor het laatst een nieuw product geïntroduceerd op uw bedrijf?	1 J	☐	15	2 J	☐	10	
	3 J	☐	5	4 J	☐	0	
	5 J	☐	-5	6 J	☐	-10	
9. Voegt u aan uw huidige producten vaak nieuwe elementen / wijzigingen toe?	JA	☐	10	NEE	☐	5	
10. Investeert u ieder jaar in nieuwe dingen m.b.t. het product dat u verkoopt?	JA	☐	10	NEE	☐	5	
Subtotaal blad 1							

11. Pleegt u ieder jaar onderhoud aan uw bedrijf? Zo nee ga door naar vraag 12	JA	☐	10	NEE	☐	5	
➤ Pleegt u jaarlijks algemeen onderhoud?	JA	☐	5	NEE	☐	5	
➤ Pleegt u jaarlijks onderhoud aan de verblijfsaccommodaties?	JA	☐	5	NEE	☐	5	
➤ Als u onderhoud pleegt aan de verblijfsaccommodaties denkt u dan na over mogelijkheden van thematisering?	JA	☐	10	NEE	☐	5	
12. Denkt u of heeft u nagedacht over het thematiseren van uw bedrijf?	JA	☐	10	NEE	☐	0	
13. Denkt u of heeft u nagedacht over het creëren van meer beleving in uw product / bedrijf?	JA	☐	10	NEE	☐	0	
14. Heeft u zelf wel eens in uw verblijfsaccommodatie overnacht?	JA	☐	10	NEE	☐	5	
15. Gaat u wel eens bij collega bedrijven overnachten?	JA	☐	20	NEE	☐	0	
16. Heeft u een duidelijk idee hoe uw bedrijf er over 10 jaar uit zou moeten zien?	JA	☐	10	NEE	☐	5	
17. Hoe vaak per jaar gaat u op werkbezoek bij collega bedrijven?	Nooit	☐	-10	1X	☐	10	
	2X	☐	20	Vaker	☐	30	

18. Bent u lid van de

Vekabo

JA

☐

10

NEE

☐

0

Recron

JA

☐

10

NEE

☐

0

Andere organisatie m.b.t. uw
verblijfsaccommodatie

JA

☐

10

NEE

☐

0

19. Hoe ziet u de toekomst van uw bedrijf?

➤ Sombor u vraagt zich af of het toekomst
heeft

JA

☐

0

NEE

☐

10

➤ Niet positief en niet negatief

JA

☐

0

NEE

☐

0

➤ Positief, u hebt er alle vertrouwen in

JA

☐

10

NEE

☐

0

20. Heeft u wel eens professioneel advies
ingewonnen m.b.t. uw bedrijf en dan met
name m.b.t. het product?

JA

☐

10

NEE

☐

0

Subtotaal blad 2

Subtotaal blad 1

Totaal

De uitslag:

- **60 – 100 punten:** Wij denken dat het noodzakelijk is dat u snel na gaat denken over de toekomst (hoe en wat) van uw bedrijf, overweeg hulp van derden
- **100 – 150 punten:** Uw bedrijf verdient bijzondere aandacht, u kunt een heleboel verbeterpunten voor uw bedrijf realiseren. Weet u al welke??
- **150-200 punten:** U bevindt zich in de middenmoot dus zijn er nog voldoende mogelijkheden voor ontwikkeling. Blijf scherp!
- **200-250 punten:** U bent goed op weg maar er is nog voldoende ruimte voor ontwikkeling. Blijf de voorsprong behouden.
- **250-292 punten:** U werkt met een duidelijke visie aan uw bedrijf en hebt oog voor de toekomst. Leun echter niet achterover en hou de trends en ontwikkelingen in de branche wel in de gaten!