

ROBERT C. HEILIJGERS

- ❑ Developer of projects in tourism in the Netherlands
- ❑ SME coach
- ❑ Project manager Regional Marketing in NE of Netherlands
- ❑ Project leader of 'The Companions'
- ❑ Initiator of Blue Ribbon, organization of TR entrepreneurs



BUILDING A FUTURE TOGETHER



TO STIMULATE TOURISM



**Would you consider
building
a leaning tower ?**



COINCIDENCE!



**Built in 1173
It just happened
to lean over**



NEW YORK



NEW YORK 9/11



IMAGE

CAN BE THE RESULT OF COINCIDENCE



IMAGE

Also the result of a deliberate strategy

Place – and city marketing

Regional Marketing

REGIONAL MARKETING

Object is a region's image
= starting point for a region's brand

*Strengthening profile of a region, leading to
an increase of number of visitors and employment*



REGION

Is a brand that includes various products

**Marketing will create synergy between these
products**



REGIONAL MARKETING

In a broader context:

**Maintain or increase the attraction of a region
by strengthening it's position as compared to
competitive regions**



REGIONAL MARKETING IS BASED ON

- ☐ **Existing qualities**
- ☐ **Innovation**

Combined – identity of a region



MOREOVER

Regional marketing is dependent on ...

Alliances / Partnerships

- ☐ **Partners**
- ☐ **Broad support**
- ☐ **Wide diversity**
- ☐ **Involvement/ commitment**
- ☐ **Responsibility**
- ☐ **Similar ideology**
- ☐ **Combined creativity**
- ☐ **Consensus**



EFFECT OF PARTNERSHIPS

Combined result

exceeds

the sum of the individual results



IMAGE AND TARGETGROUPS

Determined by

- ❑ Quality of Life
- ❑ Economy
- ❑ Tourism

Target groups

- ❑ Inhabitants
- ❑ Companies/ entrepreneurs
- ❑ Visitors



REGIONAL MARKETING IN EAST GRONINGEN

NL



Economic campaign

■ ■ ■

Quality of Life

REGION OF EAST GRONINGEN



MULTIDIMENSIONAL PARTNERSHIPS

- ❑ Initially supported by LEADER
- ❑ Sponsors
- ❑ Companions – companies, organizations
- ❑ Local / regional governments
- ❑ Touristic marketing organizations
- ❑ Other projects
- ❑ Network organizations
- ❑ Cultural institutions
- ❑ Schools

Started Top-down, now Bottom-up



COMPANIONS FOUNDATION OF 50 MEMBERS

Composition

- ❑ Chairman is a mayor
- ❑ Directors of companies, organizations & banks
- ❑ Broad representation of society
- ❑ Economical Affair departments of municipalities
- ❑ Mayors of municipalities
- ❑ Project leader

Function

- ❑ Ambassadors
- ❑ Financing the campaign
- ❑ Control of the campaign
- ❑ Input promotional activities
- ❑ Further development



TARGET GROUPS

Potential

- ❑ inhabitants
- ❑ entrepreneurs
- ❑ employees

ECONOMIC CAMPAIGN

Testimonials

real people

Here I can.....

- ❑ Find a perfect combination of living and working
- ❑ Really follow my heart
- ❑ Further develop our family business



CREATIVE DEVELOPMENT OF THE CAMPAIGN

It shows people who have taken the step successfully

to

People considering an important step in their life

Testimonials inspire!



TARGET GROUPS

Definition of core target group is based on moments or phases in people's life

- ☐ **Moving houses**
- ☐ **Considering a new career step**
- ☐ **After finishing one's study**
- ☐ **When the children leave home**
- ☐ **When one considers conversion of business premises**
- ☐ **Or moving the business to new premises**



HERE I CAN



HERE I CAN REALLY FOLLOW MY HEART!



Ondernemen op je eigen manier

Helleen Kistner heeft haar eigen advocatenpraktijk in Veendam. Na een loopbaan bij een groot advocatenkantoor koos ze 14 jaar geleden haar eigen weg. Nu neemt ze de zaken aan die ze graag wil en legt wel eens 'hoel' bij grote drukte. Ze zoekt haar eigen balans: de verhouding tussen sociale rechtshulp en commerciële activiteiten is op dit moment fifty-fifty. Haar praktijk is gevestigd in een gezellig vrijstaand herenhuis uit de jaren 20 van de vorige eeuw. De advocate woont met haar gezin in een monumentale woning op 10 kilometer van haar werk, met haar paarden dicht bij huis. Helleen onderneemt en woont helemaal zoals zij het wil. Gewoon hier, in Oost-Groningen.



Campaign newspaper

HERE YOU CAN....

GRASP OPPORTUNITIES



HERE I CAN FURTHER DEVELOP OUR FAMILY BUSINESSES



HERE I CAN ENRICH THE WORLD WITH GRONINGEN SALT



Nedmag houdt New Yorkers op de been

Nedmag wilt Zeehieservast uit de bodem van Groningen. Het wordt gebruikt voor vuurvaste stenen, glasdekvloerbedrijning - onder andere in New York - en door zijn zuiverheid ook in de voedings-, cosmetische en medische industrie. Het importerende bedrijf profiteert van de goede infrastructuur, die A7 die de regio met Duitland verbindt, het spoor, de binnenwateren en de twee regionale zeehavens. De loyale vakmensen bezingen Nedmag het practisch, 'grootste zijger' in het periodieke onderzoek van Efficacy naar werkomstandigheden. Tot slot is Nedmag blij met de korte lijnen met het openbaar bestuur, waardoor er makkelijk en snel beslissingen kunnen worden genomen op het gebied van investeringen. Gewoon hier, in Dord-Groningen.

HERE I CAN REALISE A HOLIDAY PARADISE



HERE I WANT TO WORK



ACTIVITIES 2016 & 2017

- ❑ Interactive website
www.compagnonsgroningen.nl
- ❑ Investing in young people
 - ✓ Entrepreneurs Academy
 - ✓ Motivation Pool
 - ✓ Expedition Top Talent
- ❑ Pride campaign

DE COMPAGNONS
VAN ZUID EN OOST GRONINGEN

PRIDE CAMPAIGN 2016

Stimulating the awareness and pride of the inhabitants, making them ambassadors for the area



PRIDE CAMPAIGN 'PROUD OF EAST GRONINGEN'



PRIDE CAMPAIGN 'PROUD OF EAST GRONINGEN'



DE COMPAGNONS
VAN ZUID EN OOST GRONINGEN

PRIDE CAMPAIGN 'PROUD OF EAST GRONINGEN'



DE COMPAGNONS
VAN ZUID EN OOST GRONINGEN

PRIDE CAMPAIGN

'PROUD OF EAST GRONINGEN'



THE ESSENCE OF REGIONAL COOPERATION

- ❑ Manifesting your region should be a bottom up and not a top down process
- ❑ Businesses and organizations (touristic & non-touristic) are your partners
- ❑ Give them responsibility
- ❑ Make it sustainable
- ❑ Don't let it depend on the authorities
- ❑ But consult them, inform them and keep them involved. They too are your partners!
- ❑ Learn from others – make use of their success

AS FOR THE FUTURE

- ❑ **We're not all competitors**
- ❑ **Regions should consider themselves partners**
- ❑ **Same applies to countries**

DE COMPAGNONS
VAN ZUID EN OOST GRONINGEN

NATIONAL GEOGRAPHIC PROJECT NL





NATIONAL GEOGRAPHIC FOTOWEDSTRIJD 2012

Wie mee aan de zeventiende National Geographic Fotowedstrijd en meek
kans op een prachtige reis, een schitterende foto's of een workshop
met topfotograaf Bos Weeber. En de winnende foto's worden in dit
magazine gepubliceerd.

De wedstrijd kent drie hoofdcategorieën: **Mens, Dier en Landschap**,
en een aparte categorie: **Oost-Groningen**. Schieders wordt de National
Geographic **Publieksprijs** ingezonden. U vindt via het linkje hieronder vanaf
28 juni 12.00 uur tot 15 september 2012, 12.00 uur. Op onze website
fotowedstrijd.nl vindt u alle informatie over de wedstrijd, de jury en de
prijzen. Hier vindt u ook de wedstrijdvoorwaarden.



FOTOWEDSTRIJD 12



Categorieën

MENS, DIER EN LANDSCHAP

Deze categorieën vormen een vast onderdeel van de National Geographic Fotowedstrijd. Het zijn dan ook onderwerpen die het meest aanspreken op de artikelen in het Magazine. Laat u inspireren door uw medemens en de wereld om u heen.

KIJK OP OOST-GRONINGEN

Oost-Groningen (Zwart) heeft dit jaar een speciale plek in de Fotowedstrijd. Wie rondloopt in deze prachtige streek, erfgoed, natuur, kunst en cultuur van een eeuwenoud landschap waar mens en natuur elkaar in harmonie ontmoeten.

Prijzen

MENS DIER LANDSCHAP

De winnaars van de categorieën Landschap, Dier en Mens maken kans op een prachtige reis ter waarde van vijfduizend euro voor twee personen naar een reisbegeleiding, beschikbare gedetailleerd door reorganisatie Thika Travel.

OOST-GRONINGEN

Twee genomineerden winnen een week vakantie voor twee personen in een toeristische reis in Oost-Groningen. Extra prijs is een persoonlijke workshop met National Geographic-fotograaf Bos Weeber.

PUBLIEKSPRIJS

De National Geographic Publieksprijs bestaat uit een schitterende vakantie ter waarde van vijfduizend euro. Een toeristisch reis van twee personen naar een reisbegeleiding met tenten, boot, een staf en natuurlijk een overige reis.

