



naar:

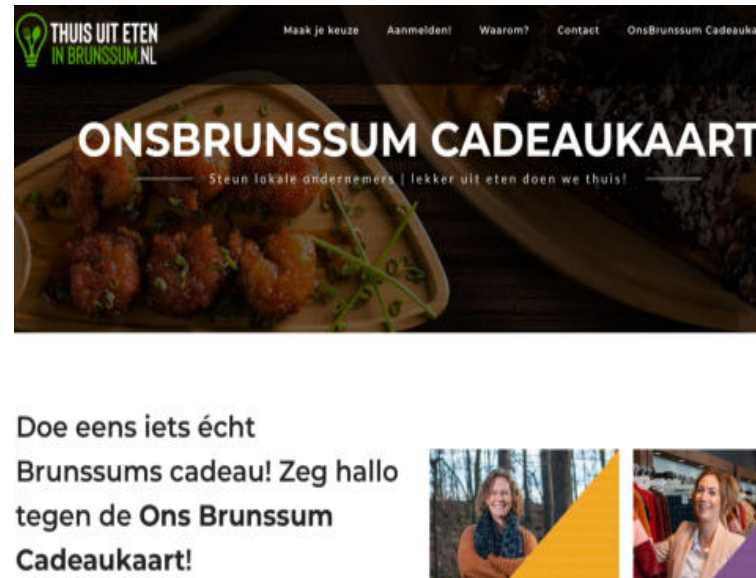
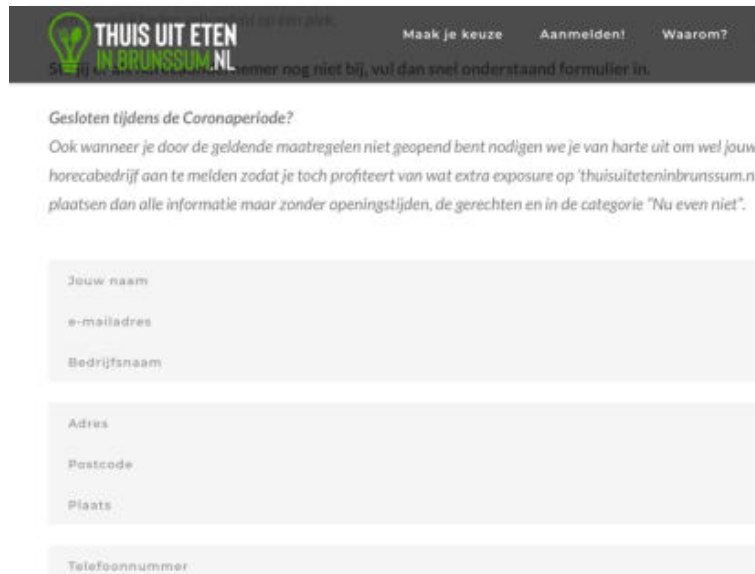
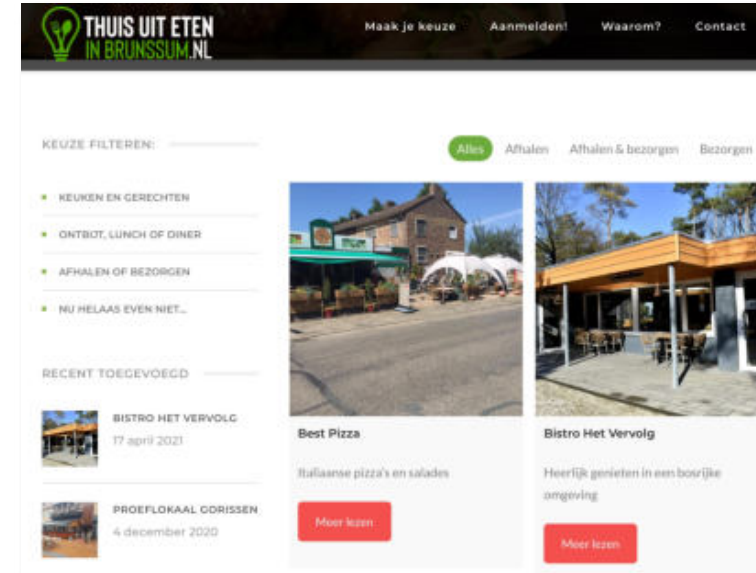
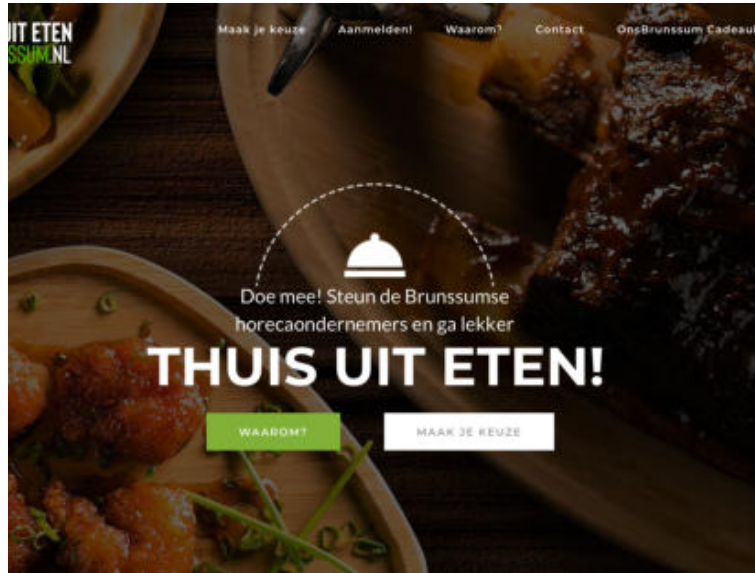
alles in **Brunssum.nl**



Doe mee! Steun de Brunssumse
horecaondernemers en ga lekker

THUIS UIT ETEN!

MAAK JE KEUZE



Hoe kunnen we het tijdelijke platform

'Thuis uit eten in Brunssum'

ontwikkelen tot een blijvend platform dat duurzaam aansluit op de

behoeften van ondernemers (aanbodzijde)

en **(lokale)consumenten** (vraagzijde)

Draagvlakonderzoek & ontwikkelingsmogelijkheden i.s.m. **Braining The Future**



Impressie workshops en enquête

Gebruikers

Respondenten

Interviews & Enquêtes

- Respondenten 71
- Branche
 - Detailhandel 26
 - Horeca 16
 - Overig 20
- Omgeving
 - Brunssum (centrum) 40
 - Rumpen 7
 - Treebeek 5
 - Bouwberg 1
 - Anders 15

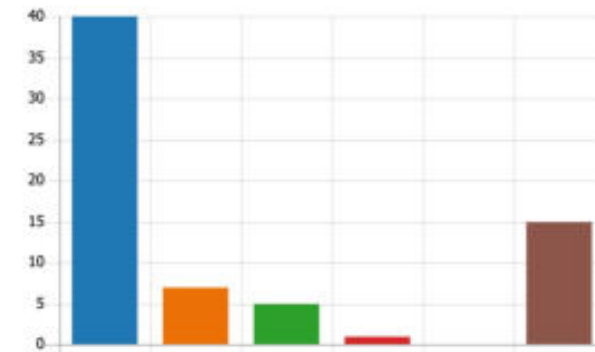
Onder welke branche valt uw onderneming?

 Horeca	16
 Detailhandel	27
 Andere	20



Waar ligt uw onderneming?

 Brunssum (centrum)	40
 Rumpen	7
 Treebeek	5
 Bouwberg	1
 De Kling	0
 Other	15



Gebruikers

Doelgroepen, Marketing & Verkoop

Klanten

- De meeste ondernemingen hebben een lokale klantenkring of een regionale klantenkring
- Er zijn minder ondernemingen die gericht zijn op de provincie of zelfs op heel Nederland

Middelen om potentiële klanten te bereiken

- Verreweg de meeste ondernemers hebben een eigen website en een Facebook pagina, gevolgd door Instagram
- Daarnaast is er een beperkter aantal ondernemers met eigen advertenties in de lokale krant, een eigen digitale nieuwsbrief of reclame op TV/Radio
- Bij 'anders' werden 'mond op mond reclame', direct mailings en netwerken genoemd

Online verkoop

- De meeste ondernemers hebben geen eigen webwinkel
- De meeste ondernemers maken geen gebruik van andere online kanalen te verkopen

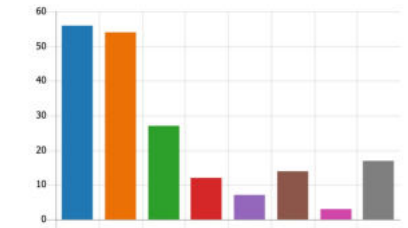
Waar komen uw klanten vooral vandaan?

Uit Brunssum (of de directe o...	23
Uit de regio Parkstad	25
Uit de regio Zuid Limburg	13
Uit heel Nederland	9



Welke middelen gebruikt u om uw (potentiële) klantente bereiken?

Eigen website	56
Facebook	54
Instagram	27
Digitale nieuwsbrief	12
Reclame op TV en/of radio	7
Advertentie in lokale krant	14
Geen van bovenstaande	3
Other	17



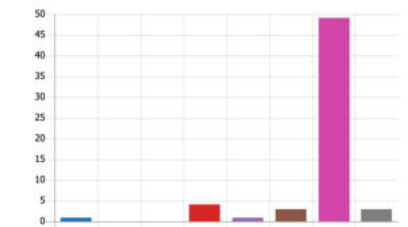
Heeft uw onderneming een webshop?

Ja	18
Nee	54



Gebruikt u andere online kanalen?

Bol.com	1
Amazon	0
Booking.com	0
Marktplaats	4
Thuisbezorgd	1
Social Deal	3
Geen van bovenstaande	49
Other	3



Gebruikers

Samenwerking

Huidige samenwerking tussen ondernemers

Ongeveer de helft van de ondernemers geeft aan niet samen te werken met andere ondernemers. De andere helft geeft aan dit incidenteel of regelmatig te doen.

Manieren van samenwerken

Ondernemers geven vooral aan samen te werken op het gebied van: (1) gezamenlijke promotie acties en het doorsturen van klanten, (2) samen organiseren van activiteiten of evenementen, (3) gezamenlijke inkoop, (4) lokaal inkopen, en (5) uitwisselen van kennis.

Niet samenwerken

Redenen om niet samen te werken zijn heel divers: “het is er nooit van gekomen en ik heb er ook nooit echt over nagedacht”, “het is nooit ter sprake gekomen”, “ik zou niet weten hoe” en “iedereen in onze sector werkt voor zichzelf”.

Interesse om meer samen te werken

Veruit de meeste ondernemers geven aan meer samen te willen werken of misschien meer samen te willen werken. Slechts een heel klein gedeelte geeft aan geen interesse te hebben in meer samenwerking. De meeste ondernemers geven aan dat de samenwerking zich vooral moet focussen op het promoten van de ondernemingen, producten of diensten. Ook het ‘aanbieden van arrangementen of productcombinaties’ en ‘ontmoeten van andere ondernemers, zodat ik beter weet wat er speelt’ scoren hoog.

Werkt u samen met andere lokale ondernemers?

Ja, regelmatig	12
Ja, incidenteel	17
Nee	25



Zou u meer met andere ondernemers willen samenwerken?

Ja	37
Nee	7
Misschien	28



Waarop zou de samenwerking zich moeten richten?

Ontmoeten van andere onder...	22
Promoten van onze ondernem...	35
Aanbieden van arrangemente...	24
Other	6



Gebruikers

Huidig platform

Ervaringen horeca ondernemers

De horecaondernemers hebben we enkele specifieke vragen gesteld over het huidige platform (het huidige platform is immers alleen gericht op horecaondernemers):

- Slecht een klein gedeelte geeft aan momenteel op het platform te staan
- De meeste deelnemers geven aan het platform wel te kennen

Toegevoegde waarde

Aan de deelnemers hebben we de vraag gesteld of het huidige platform toegevoegde waarde heeft voor hun onderneming.

- De opvatting over de toegevoegde waarde verschilt. Ongeveer de helft ziet de toegevoegde waarde wel, de andere helft niet.
- Positieve reacties variëren van “mooi initiatief”, “groot bereik en alles onder één site”, “van bezoek in horeca naar afhalen was behoorlijk verschil” en “de site bood extra PR”.
- Vanuit de personen die geen toegevoegde waarde leverde was een reactie “weinig aandacht voor de site helaas”.

Uit de interviews hebben wij ook opgemaakt dat horecaondernemers geen inzicht hebben of het platform daadwerkelijk heeft bijgedragen aan bijvoorbeeld meer bezoekers. De cadeaukaart wordt vaak genoemd als een groot succes. Voor ondernemers is het effect natuurlijk ook direct zichtbaar: een klant betaalt met de cadeaukaart.

Staat uw onderneming op de website Thuis uit eten in Brunssum?



Heeft deze website toegevoegde waarde voor uw onderneming?



Gebruikers

Nieuw platform

Interesse retailsector

Aan de deelnemers die niet op de website staan (zoals de ondernemers aan de retail sector) hebben we de vraag gesteld of zij interesse hebben in een platform waarop ondernemers zich presenteren.

- **Veel interesse** - In de retailsector geeft veruit het grootste gedeelte aan interesse te hebben om op een lokale webste te staan. Slecht een heel klein gedeelte geeft aan geen interesse te hebben. (Ter vergelijking: in de horeca geeft iets meer dan de helft van de deelnemers geeft aan interesse te hebben).
- **Doelgroep regio Parkstad** - Het merendeel geeft aan dat de website vooral op de regio gericht moet zijn (Brunssum, Parkstad)
- **Focus op promotie** – De respondenten geven aan dat de website vooral gericht moet zijn op het promoten van de ondernemers, minder op de verkoop van producten. Een platform kan ervoor zorgen dat ondernemers beter te vinden zijn, wat tot meer bekendheid kan leiden en een toename van de omzet. Via het platform kunnen de ondernemers samen krachtig communiceren en acties aan elkaar koppelen.
- **Meest interessante functies** - Deelnemers vinden vooral de volgende functies interessant:
 - Korte tekst van alle ondernemers
 - De mogelijkheid om zelf gegevens aan te passen
 - Evenementenagenda
- **Minst interessante functies** - De volgende 3 functies worden het minst gekozen:
 - Online bezoekersregistratie
 - Ticketverkoop
 - De mogelijkheid om online te bestellen en te betalen

Zou u interesse hebben om op een website te staan waarop lokale ondernemers samenwerken?

Ja	23
Nee	4
Misschien	19



Op welke doelgroep zou de website zich moeten richten?

Bewoners Brunssum (of de di...	4
Bewoners regio Parkstad	8
Bewoners Zuid Limburg	4
Bewoners Nederland	0
Andere	0



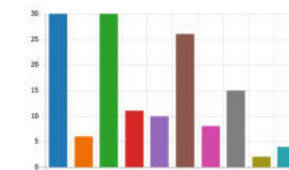
Waarop zou de website zich moeten richten?

Promoten van onze ondernem...	40
Verkoop van producten en die...	13
Andere	5



Welke van onderstaande functies zou u interessant vinden?

Een korte tekst van elke onde...	30
Online bezoekersregistratie	6
De mogelijkheid om zelf in te ...	30
De mogelijkheid om online te ...	11
De mogelijkheid om online te ...	10
Evenementen agenda	26
Ticketverkoop voor evenemen...	8
Gesamenlijke arrangementen ...	15
Geen van bovenstaande	2
Andere	4



Context

Platform

We zien de volgende ontwikkelingen:

- **Start nieuw centrum** – De centrumvisie geeft nieuwe dynamiek ('een nieuwe start'). De komende jaren worden verschillende initiatieven gestart om het centrum aantrekkelijker te maken (waaronder woningbouw, aanpak leegstand, etc.). Het te ontwikkelen platform zou een plek kunnen zijn waar informatie over alle initiatieven te vinden is.
- **Lokale producten** – Enkele winkels hebben lokale producten. Daarnaast heeft Brunssum de OnsBrunssum Cadeaukaart. Een platform kan deze lokale producten promoten of verkopen.
- **Toerisme** - Er zijn verschillende toeristische initiatieven. Visit Zuid Limburg bedient de hele regio en spreekt bezoekers aan uit heel Nederland (en daarbuiten). Maar ook lokale initiatieven (zoals Schutterspark) positioneren zich steeds beter en trekken ook veel (vooral regionale) bezoekers aan. Een platform kan de schakel zijn tussen deze initiatieven en de lokale Brunssumse ondernemers.
- **Activiteiten** – Ook de komende jaren staan er weer veel activiteiten op het programma. Dit gaat niet alleen om de bekende jaarlijkse activiteiten, maar ook bijvoorbeeld om het nieuwe aanbod van het Open Lucht Theater en het programma van de Brikke Oave. Het online platform kan deze activiteiten samenbrengen in een activiteitenkalender
- **Aantrekken nieuwe ondernemers** – De gemeente Brunssum speelt een actieve rol om nieuwe ondernemers te werven. Het platform kan daarbij een waardevolle toevoeging zijn, omdat daar duidelijk gemaakt kan worden dat er een divers aanbod is, er veel activiteiten georganiseerd worden en er verschillende regelingen zijn om beginnende ondernemers te faciliteren.
- **Samenwerking** – Veel ondernemers geven aan dat zij meer willen samenwerken met andere ondernemers. Een gezamenlijk platform kan een eerste stimulans geven.



Inspiratie

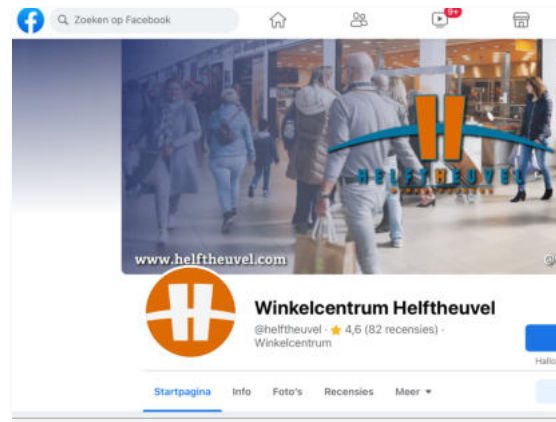
Van welke voorbeelden kunnen we iets leren?

Bedrijven onder 1 dak

Winkelcentrum Helftheuvel (Den Bosch)

Winkelcentrum Helftheuvel (Den Bosch)

Een succesvolle facebookpagina. Winkelcentrum Helftheuvel in Den Bosch heeft een facebookpagina met veel volgers. Op deze pagina's worden verschillende winacties en deals gepromoot. Naast de facebook pagina heeft winkelcentrum Helftheuvel ook een website. Op deze website kun je zien welke winkels in het winkelcentrum te vinden zijn, welke faciliteiten het winkelcentrum biedt en ook kun je via de agenda op de hoogte blijven van alle activiteiten en evenementen.



Eenvoudige presentatie met reviews

Eenvoudige openingspagina met overzicht van recensies.



Groot bereik

Opvallend is het grote bereik. De facebook heeft bijna 8.000 volgers. De waardering is hoog (scoren een 4.6 uit 5 sterren).



Vooraf acties

De facebook pagina richt zich vooral op acties, nieuwe collecties en cadeautips van ondernemers.



Webpagina

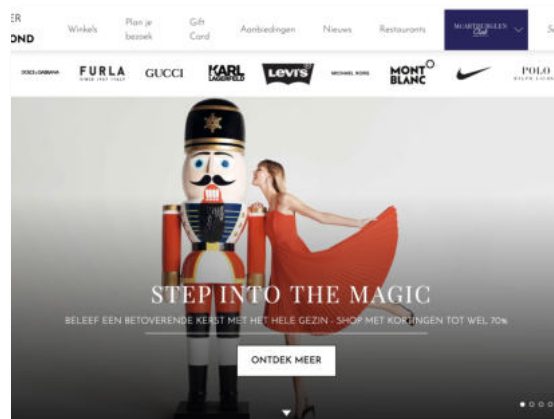
Naast de facebook pagina heeft Winkelcentrum Helftheuvel ook een website. Op deze website kun je voorafgaand aan je bezoek kijken welke winkels er allemaal te vinden zijn in het winkelcentrum. Verder kun je via de website op de hoogte blijven van alle activiteiten en evenementen.

Bedrijven onder 1 dak

Designer outlet Roermond

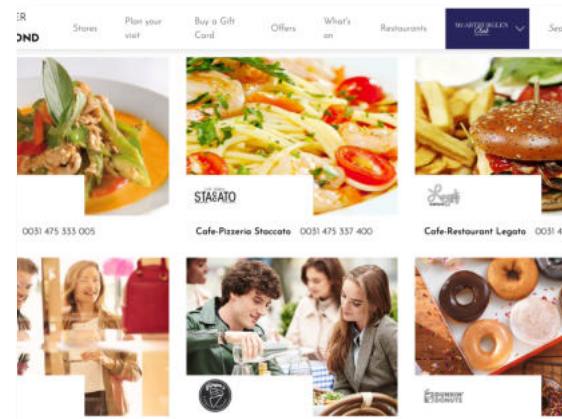
Designer outlet Roermond

Designer Outlet Roermond is een Outlet Center gelegen aan de rand van de Roermondse binnenstad. Designer Outlet Roermond heeft een platform waar je in een oogopslag kunt zien wat het outlet center allemaal te bieden heeft. Via hun platform kun je je bezoek plannen en ook alvast kijken wat het Outlet Center allemaal te bieden heeft.



Beleving & eenduidige uitstraling

Op de hoofdpagina worden de verschillende merken in één huisstijl gepresenteerd. Daarnaast wordt een belofte gedaan: 'step into the magic'.



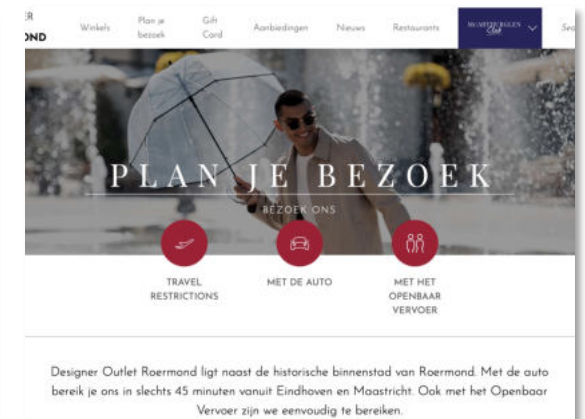
Restaurants

Alle restaurants worden binnen één huisstijl gecommuniceerd.



Cadeaukaart

Via de website kun je ook een cadeaukaart bestellen.



Praktische informatie

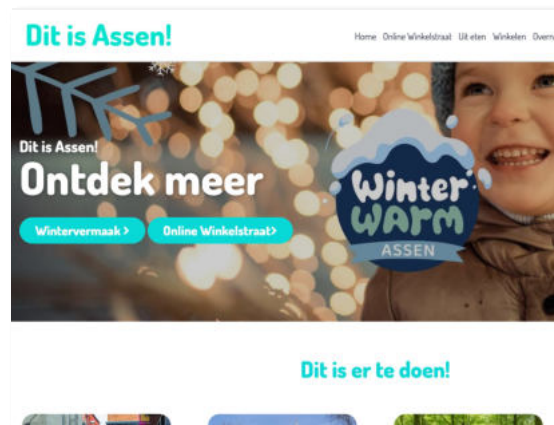
Informatie over hoe het outlet center te bereiken is met de auto en het openbaar vervoer.

Bedrijven onder 1 dak

Dit is Assen

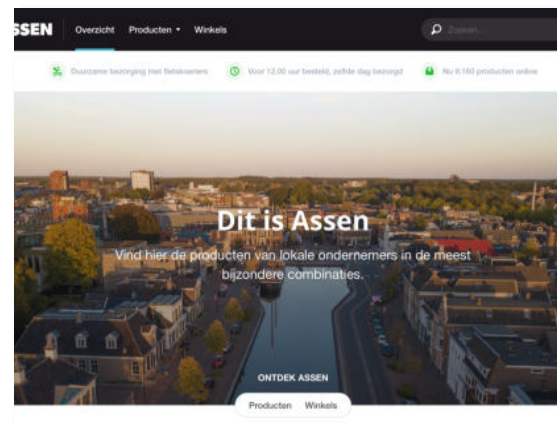
Dit is Assen

Dit is Assen is een website waar je kunt ontdekken wat er in Assen te doen is. “Assen barst van de evenementen en activiteiten voor jong en oud”. Via de website kun je ook bij een online winkelstraat komen waar je producten van lokale ondernemers vindt. Op deze website kun je producten bestellen, betalen en laten bezorgen. Maar je kunt ook kiezen om een bezoek aan de winkel te brengen en je product af te halen. Daarnaast heeft Assen een goed bezochte facebook pagina met 12,578 volgers.



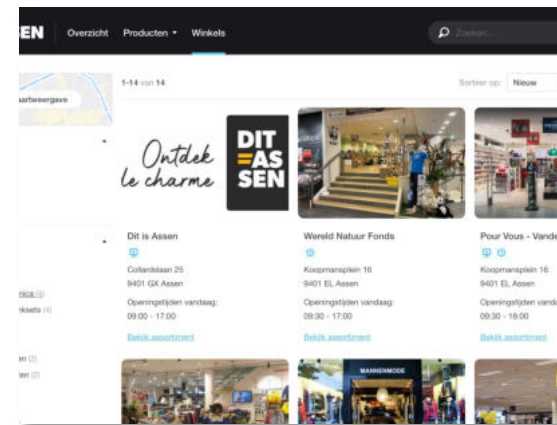
Wat is er te doen

Via de website Dit is Assen kun je ontdekken wat er allemaal te doen is in Assen. Wil je weten wat de leukste horecapleinen van Assen zijn of wanneer de weekmarkten zijn? Al deze informatie is te vinden op de website.



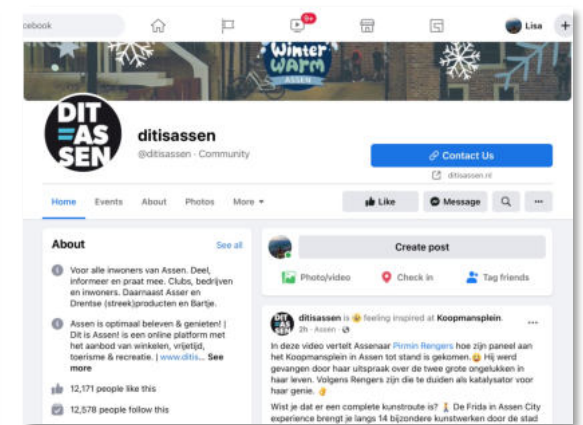
Online winkelstraat

De website is gelinkt met een online winkel. De online winkelstraat van Dit is Assen geeft een overzicht van producten bij jou in de buurt. Je kunt deze online kopen, betalen en laten bezorgen.



Overzicht winkels

Naast het kopen van online producten kun je op de website 'Dit is Assen' ook ontdekken welke winkels er allemaal in Assen zijn. Bekijk het assortiment, openingstijden, locatie of bezoek de website van de winkel.



Facebook pagina

Het initiatief Dit is Assen heeft ook een Facebook pagina. Alle inwoners van Assen worden opgeroepen om te delen, informeren en mee te praten. Op de Facebook pagina worden activiteiten en gebeurtenissen gedeeld.

Koop lokaal

Altena

Altena

Koop Lokaal Altena is een website die de focus legt op het stimuleren van lokaal kopen. Ze proberen dit aantrekkelijk te maken door in te spelen op de behoefte om makkelijk en snel je producten in huis te hebben. Ook informeren ze over de voordelen van lokaal kopen: “Lokaal kopen is niet alleen hartstikke goed voor de regio, maar vanaf nu ook heel makkelijk!”. Op Koop Lokaal Altena is “alles te vinden wat jij nodig hebt”. Wanneer je een interessant product hebt gevonden wordt je doorverwezen naar de desbetreffende website. Daarnaast kun je op de website horeca ondernemer en winkeliers uit de regio vinden.



Focus op lokale producten

Doel van de website is het promoten van producten en diensten uit eigen regio. Door lokaal te kopen kun je elkaar helpen en werken aan een vitaal Altena.



Streekproducten, horeca en winkels

Op de website Koop Lokaal Altena kun je veel lokale producten vinden. Daarnaast kun je ook de horecazaken en winkels vinden in jouw regio. De ondernemers staan met een korte test gepresenteerd. Voor meer informatie kun je doorklikken naar de website van de ondernemer.



Waarom koop lokaal?

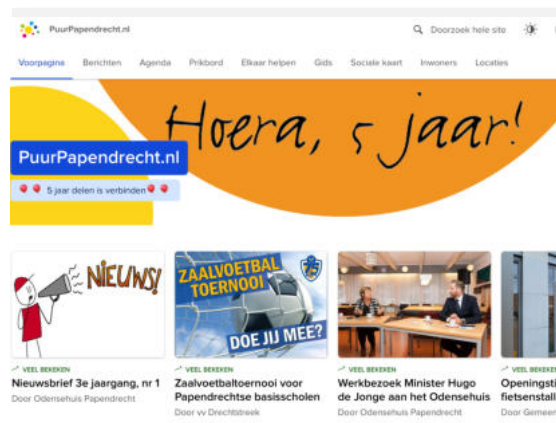
De hoofdboodschap van de website is Koop Lokaal. Op de website presenteren ze de voordelen van lokaal kopen. Deze voordelen komen op elke pagina terug.

Gemeentegids

PuurPapendrecht & De Gemeentegids

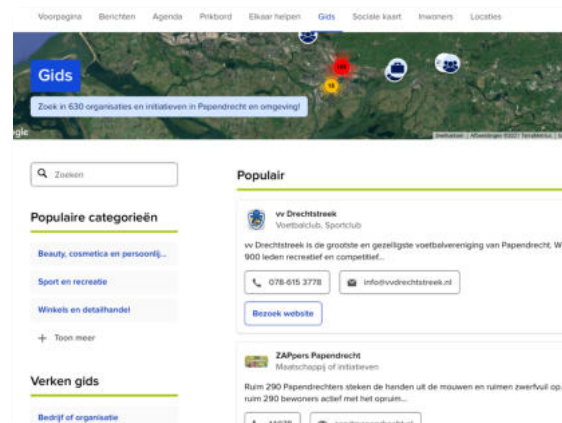
PuurPapendrecht & De Gemeentegids

Op internet zijn ook verschillende gemeentegidsen te vinden waar alle bedrijven gepresenteerd worden. Dit gebeurt vooral op een praktische manier (zoals we de papieren gemeentegids ook kennen). Hieronder 3 voorbeelden: PuurPapendrecht, Gemeentegids Nederland en Gemeentegids Brunssum.



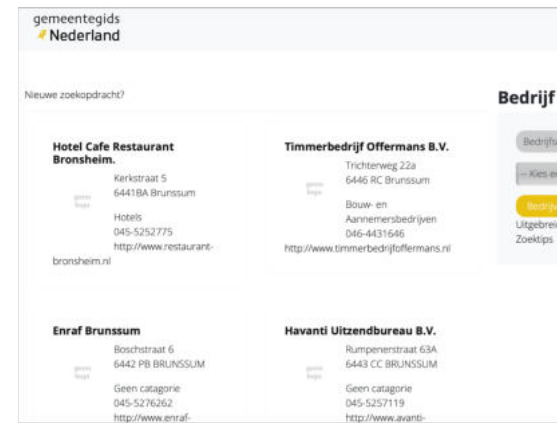
PuurPapendrecht – nieuwspagina

De website van PuurPapendrecht is vooral gericht op nieuws uit Papendrecht



PuurPapendrecht – Gids

Op de website van PuurPapendrecht is ook de gemeentegids ontsloten, waar alle bedrijven te vinden zijn.



Gemeentegids Nederland

Gemeentegids Nederland combineert alle gemeenten van Nederland in één gemeentegids. Daar zijn ook Brunssumse ondernemers te vinden.



Gemeentegids Brunssum

Op de gemeentepagina van de Gemeente Brunssum is een link opgenomen naar de digitale Gemeentegids Brunssum.

Vergelijkbare initiatieven

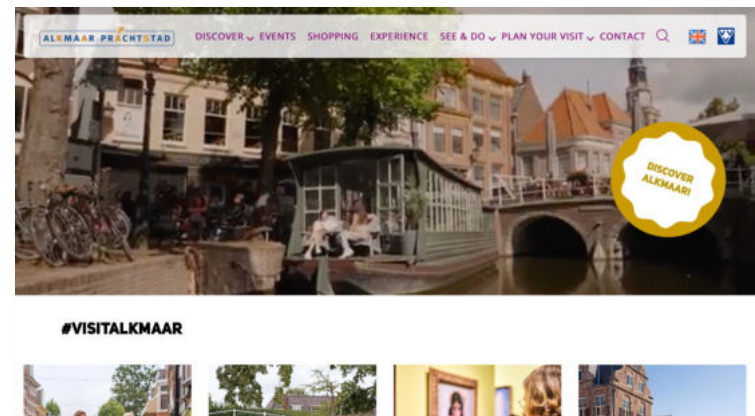
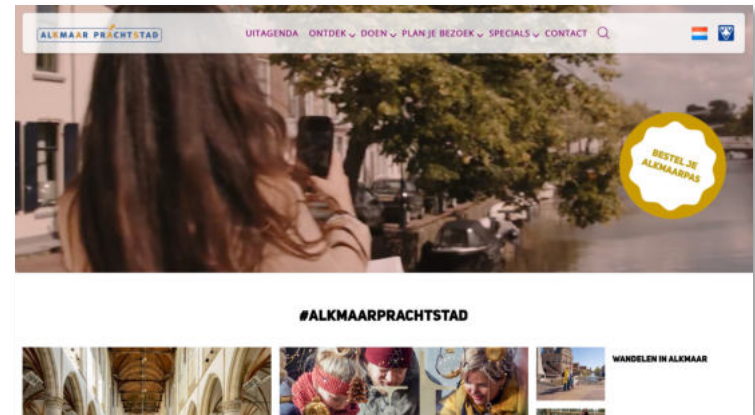
Alkmaar Prachtstad

Beschrijving

Alkmaar heeft 2 verschillende websites: alkmaarprachtstad.nl en visitalkmaar.com. [Alkmaarprachtstad.nl](http://alkmaarprachtstad.nl) is vooral gericht op bewoners. [Visitalkmaar.com](http://visitalkmaar.com) is internationaler ingestoken en vooral gericht op bezoekers.

Leerpunten

- **Eén huisstijl** – De websites alkmaarprachtstad.nl en visitalkmaar.com hebben dezelfde huisstijl.
- **Groot bereik** – Alkmaar Prachtstad heeft een groot bereik. Niet alleen met hun website, maar ook via andere kanalen, waaronder social media, campagnes, nieuwsbrieven, magazine, etc.
- **Lange adem** - Er staat inmiddels een sterk merk waar iedereen profijt van heeft, maar dit heeft jaren geduurd en daar is ook geduld voor nodig.
- **Bezorgen in Alkmaar** – In corona-tijd is Alkmaar gestart met bezorgen, maar Alkmaar Prachtstad is daar eigenlijk de website niet voor. Ook ondernemers hebben weinig interesse om deze functie op termijn te behouden (alleen te gebruiken wanneer winkels in coronatijd gesloten zijn).
- **Organisatie** – De werkzaamheden zijn belegd in een onafhankelijke stichting. Met de gemeente is een meerjarige samenwerking aangegaan. De gemeente verstrekt een subsidie voor de komende 10 jaar. Dit dekt ongeveer 80% van de kosten. De andere 20% wordt binnengehaald via lidmaatschappen van de prachtstad club en het verkopen van bijvoorbeeld het Alkmaar Prachtstad Magazine.
- **Prachtstad club** – Alle grote Alkmaarse stakeholders zitten bij de ‘Prachtstad club’, een mix van partners uit de overheid, bedrijfsleven, culturele sector, onderwijs en nog een aantal andere sectoren.



Vergelijkbare initiatieven

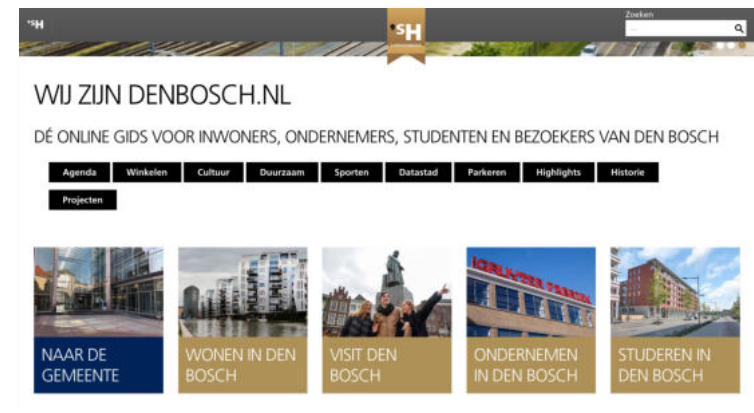
Visit Den Bosch

Beschrijving

's-Hertogenbosch heeft als stad een aantal websites, waaronder de website denbosch.nl en de website visitdenbosch.nl. Op de website denbosch.nl kun je verhalen lezen over bijvoorbeeld nieuwe projecten en bedrijventreinen. De website visitdenbosch.nl is gericht op bezoekers die graag willen weten wat er in de stad te beleven is.

Leerpunten

- **Aantrekken bezoekers** – Visitdenbosch focust op het aantrekken van bezoekers. De behoefte van de doelgroep staat daarbij centraal. Bezoekers kiezen bijvoorbeeld voor 'een gezin met kinderen', waarna ze een passend aanbod krijgen van alleen de relevante evenementen, horeca en winkeliers. Deze structuur is dus anders dan het presenteren van ondernemers.
- **Een huisstijl** – de verschillende websites hebben dezelfde huisstijl, maar elk een eigen doelgroep en doelstelling.
- **Insiders** – Den Bosch maakt gebruik van Insiders en Navigators – een platform dat specifiek gericht is op 'destination marketing'.
- **Gratis voor ondernemers** - Het platform is gratis voor ondernemers.
- **Aanmelden** - Ondernemers zijn zelf verantwoordelijk om hun locatie aan te melden op de website. Ook kunnen ze evenementen aanmelden.
- **Geen online verkoop** – Den Bosch had een online shop, maar daar zijn ze mee gestopt. De kosten wegen niet op tegen de baten en de afname was erg klein. Ook was de facturatie lastig.
- **Organisatie** – De organisatie rondom het platform is belegd bij een externe stichting. Deze stichting is ook breder verantwoordelijk voor de citymarketing. De stichting bestaat uit een directeur, een marketeer, online marketeer en een marketing assistent. De gemeente blijft eigenaar. De stichting ontvangt subsidie. Daarnaast moet de stichting zelf sponsorgeld werven.



Vergelijkbare initiatieven

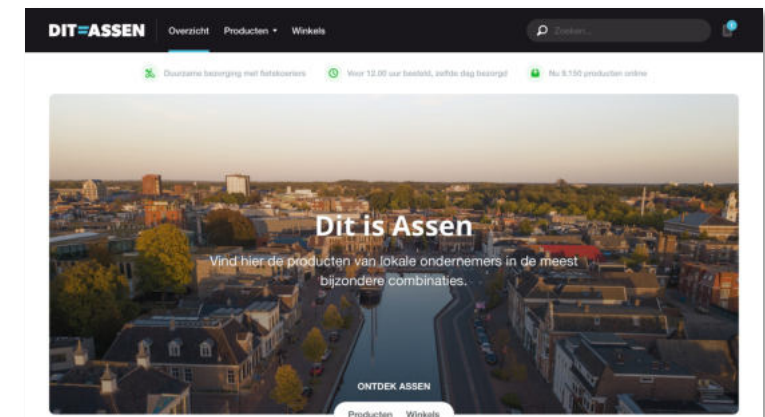
Dit is Assen

Beschrijving

'Dit is Assen' is een website die de binnenstad van Assen op de kaart wil zetten. Dit is Assen heeft twee websites: ditisassen.nl en winkelen.ditisassen.nl. Op de website ditisassen.nl kun je in een oogopslag zien wat er te doen is in Assen. Op de website winkelen.ditisassen.nl kun je producten van lokale ondernemers vinden en kopen.

Leerpunten

- **Groot bereik, vooral via Facebook** – Vooral de Facebook -pagina van Dit is Assen heeft een groot bereik. Op de Facebook pagina van Dit is Assen worden twee of drie berichten per dag geplaatst. De korte berichten linken naar de website. De pagina heeft ± 12.000 volgers.
- **Online winkelstraat is geen succes** – De provincie heeft de online winkelstraat gefinancierd. Het opzetten van de online winkelstraat was een enorme uitdaging ("veel duwen en trekken bij de ondernemers"). De online winkelstraat is echter geen succes: "ik weet niet waarom het niet werkt. Het is laagdrempelig, kosteloos en ondernemers worden begeleid."
- **Organisatie** – De website Dit is Assen is in handen van een commercieel bedrijf. Dit commerciële bedrijf maakt andere afwegingen dan de binnenstadorganisatie (Vaart in Assen). Deze binnenstadorganisatie heeft een bestuurlijk team en een aanjaagteam. Het bestuur wordt gevormd door een voorzitter en een afvaardiging uit MKB Retail Assen, Koninklijke Horeca Nederland, het cultureel hart en de vereniging van vastgoedeigenaren. Het aanjaagteam bestaat uit een binnenstad regisseur, een event coördinator, een backoffice medewerker en een marketeer.
- **Makkelijk te onderhouden** – Dit is Assen heeft recentelijk geïnvesteerd in een nieuw platform. Dit platform heeft dezelfde functies en huisstijl, maar een andere achterkant. Ondernemers kunnen nu zelf hun gegevens aanpassen. Voorheen was dit een intensieve taak.



Vergelijkbare initiatieven

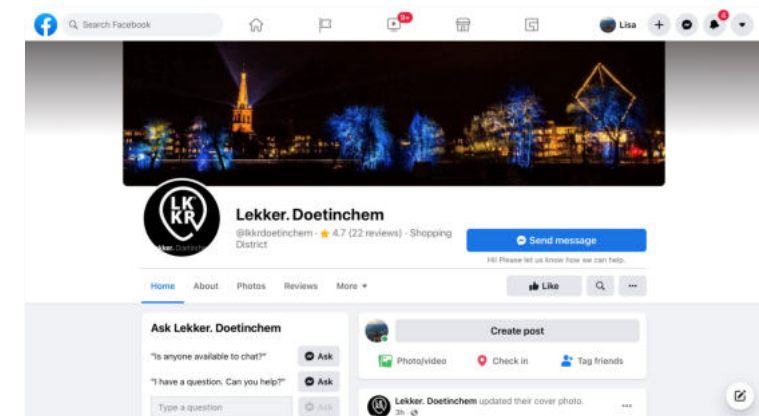
Lekker.Doetinchem

Beschrijving

In Doetinchem is de website Lekker Doetinchem actief. Doel van deze website is om mensen naar het centrum te trekken door te informeren wat er in het centrum te doen is. Verder hebben bezoekers de mogelijkheid om te zien welke winkels en horecagelegenheden er zijn. Lekker Doetinchem heeft ook een facebookpagina.

Leerpunten

- **Aanbiedingen** – In de opstartfase konden ondernemers aanbiedingen kwijt op de website en op social media plaatsen. In praktijk is gebleken dat altijd dezelfde ondernemers daar gebruik van maken. Daarom zijn ze hiermee gestopt.
- **Online winkelstraat** – Doetinchem heeft een online winkelstraat gehad, maar dit bleek geen succes te zijn (“er is ook geen voorbeeld van een succesvolle winkelstraat die online ook een succes is geworden”).
- **Combideals** – Van combideals is gebleken dat iedereen dat leuk vindt, maar dat het uiteindelijk toch onvoldoende aansluit bij de activiteiten van de individuele ondernemers. Daarom komen de meeste combinatiedeals van het binnenstadbedrijf en slechts een heel klein gedeelte van de ondernemers zelf.
- **Herkenbaarheid** – Herkenbaarheid is belangrijk. Alle communicatie en projecten worden daarom opgehangen aan drie kernwaarden.
- **Makkelijk te onderhouden** – In de opstartfase ging er veel tijd zitten in het bijhouden van de gegevens van de ondernemers. Daarom is er nu voor gekozen om de informatie in te lezen vanuit Google Business. Ondernemers zijn zelf verantwoordelijk om hun gegevens daar bij te houden.
- **Organisatie** – De organisatie is belegd bij Binnenstadbedrijf Doetinchem. Dit team bestaat uit een directeur, een activiteitenmanager, een vastgoedcoördinator, een ondersteuner en een marketeer. De organisatie wordt gefinancierd door ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente.



Vergelijkbare initiatieven

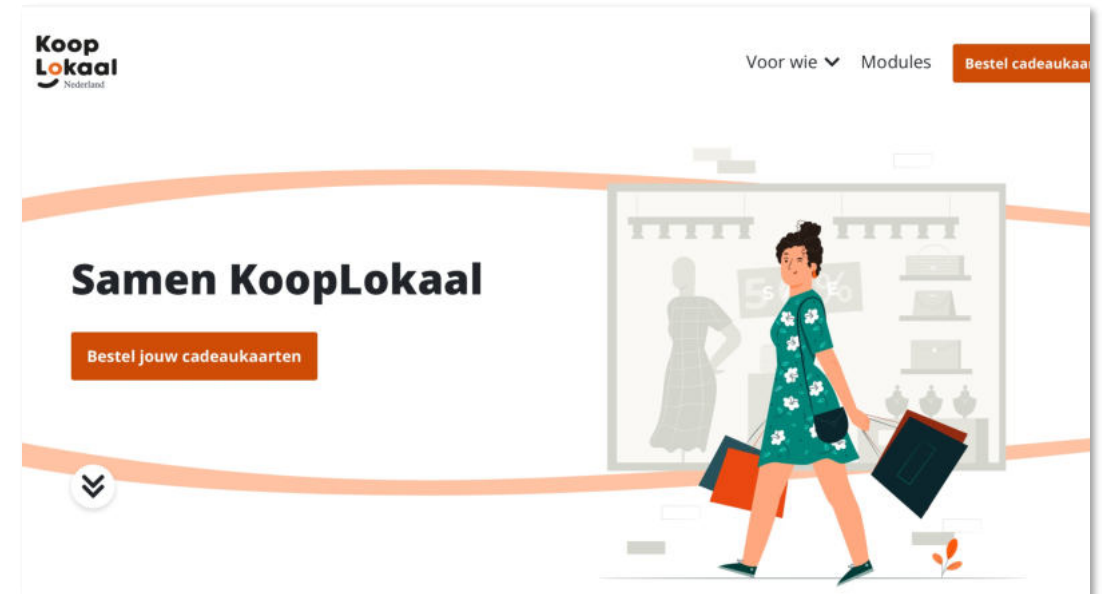
Koop Lokaal Nederland

Beschrijving

Koop Lokaal Nederland is een landelijk platform, dat zich heeft gespecialiseerd heeft in lokale websites. De focus ligt op het digitale lokale warehouse. Daarnaast heeft het platform verschillende functionaliteiten, waaronder de druktebarometer, dagenaanbiedingen, gamificatie, agenda, speurtochten voor kinderen en geomarketing.

Leerpunten

- **Focus op verkopen** – Koop Lokaal Nederland focus zich vooral op het verkopen van producten.
- **Eén database, 'overall' ontsluiten** – De gedachte van Koop Lokaal Nederland is dat ondernemers hun producten op één plek registreren, en die vanuit daar ontsluiten naar andere 'plekken'. Dat kan bijvoorbeeld de webwinkel van Bol.com zijn, maar ook een lokale website. Lokale ondernemers krijgen hierdoor ook een landelijke markt.
- **Verleiden om het centrum te bezoeken** – Het platform biedt ook functies die bezoekers verleiden om het centrum te bezoeken. Zo is het bijvoorbeeld mogelijk om online producten te bestellen, bijvoorbeeld met een cadeaukaart. Die producten moeten dan echter altijd in de winkel opgehaald worden.
- **Gemak** – Ervaring leert dat er weinig ondernemers zijn die echt tijd of energie in een platform willen steken. Het moet voor ondernemers zo makkelijk mogelijk zijn om deel te nemen.





Conclusies

Conclusie

- **Huidig platform** - Het huidige platform 'Thuis uit eten in Brunssum' is in coronatijd opgesteld. Het platform is ervaren als een 'lichtpuntje in donkere tijden'. Positieve punten zijn de eenvoudige boodschap, de eenvoudige look & feel de eerste bekendheid (zelfs zonder zicht te investeren). Daartegenover staat dat het aanbod eenzijdig is (alleen horeca), de functionaliteit beperkt en dat bezoekers weinig redenen hebben om na een eerste bezoek weer terug te komen. Daarnaast zijn de middelen heel beperkt, waardoor er geen herhaalde communicatie richting potentiële bezoekers heeft plaatsgevonden.
- **Behoeft platform** - Er lijkt onder ondernemers behoefte te zijn aan een platform. Vanuit de retailsector lijkt de interesse nog groter te zijn dan vanuit de horecasector. De website zou vooral gericht moeten zijn op het promoten van de ondernemers. Er is bijvoorbeeld minder interesse voor de verkoop van lokale producten. Ondernemers vinden de meest interessante functies een korte tekst van alle ondernemers, de evenementenagenda en de mogelijkheid om zelf gegevens aan te passen. De doelgroep van de website zou overeen moeten komen met de huidige doelgroep van de ondernemers. Dit zijn vooral de bewoners van Brunssum en de regio Parkstad.
- **Samenwerking** - In bredere zin geven ondernemers aan meer behoefte te hebben aan samenwerking. Ook daarbij wordt aangegeven dat het gezamenlijk promoten van de ondernemingen de belangrijkste doelstelling is.
- **Concurrentie** - De concurrentie is groot. Er zijn veel partijen die online producten verkopen (waaronder grote partijen als bol.com en Amazon.com, etc.) of reclame maken voor anderen (beslist.nl, voordeeltjes.nl). De lokale concurrentie is echter beperkt – daar zijn vooral individuele partijen actief (een winkel die een eigen webshop heeft). De lokale focus kan daarom het onderscheidende vermogen zijn.
- **Relatie lokale websites** - Er zijn 2 websites waar mogelijk meer overlap ontstaat: onsbrunssum.nl (waar verhalen over Brunssum zijn te vinden en waar een activiteitenagenda is opgenomen) en winkelen-in-brunssum.nl (waar o.a. de winkels, horeca en activiteiten worden weergegeven).
- **Context** - Er zijn veel relevante ontwikkelingen waar het platform op kan inspelen: de start van het nieuwe centrum, de verkoop van lokale producten, de vele toeristische initiatieven en de wens om meer nieuwe ondernemers naar Brunssum te trekken.

Focus op doelgroep | Duidelijke doelstelling



doel:

Bezoekers naar Brunssum trekken



Families



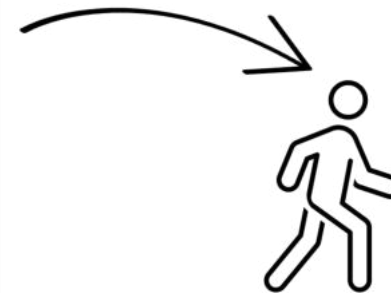
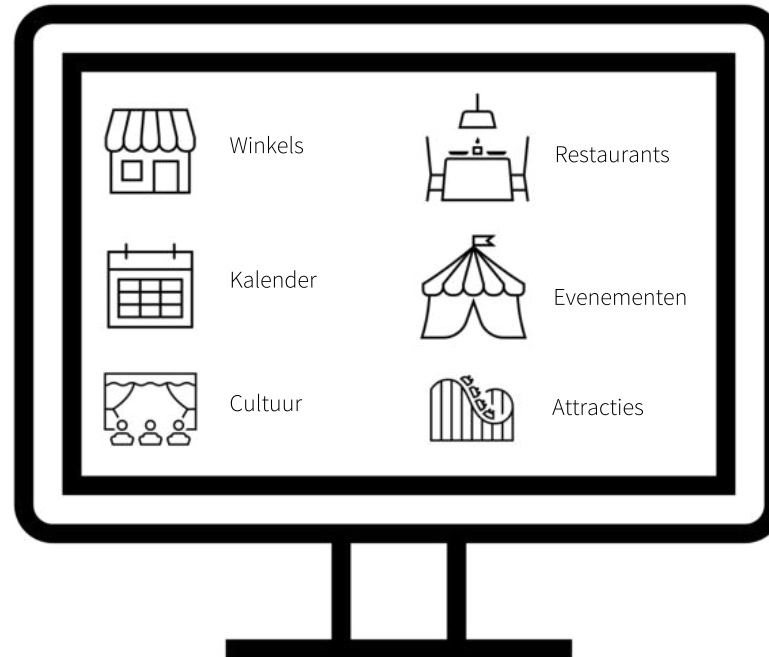
Volwassenen



Jongeren



Senioren



1

Focus op doelgroepen

Inwoners & Bezoekers
Regio Parkstad

2

Aantrekkelijk aanbod

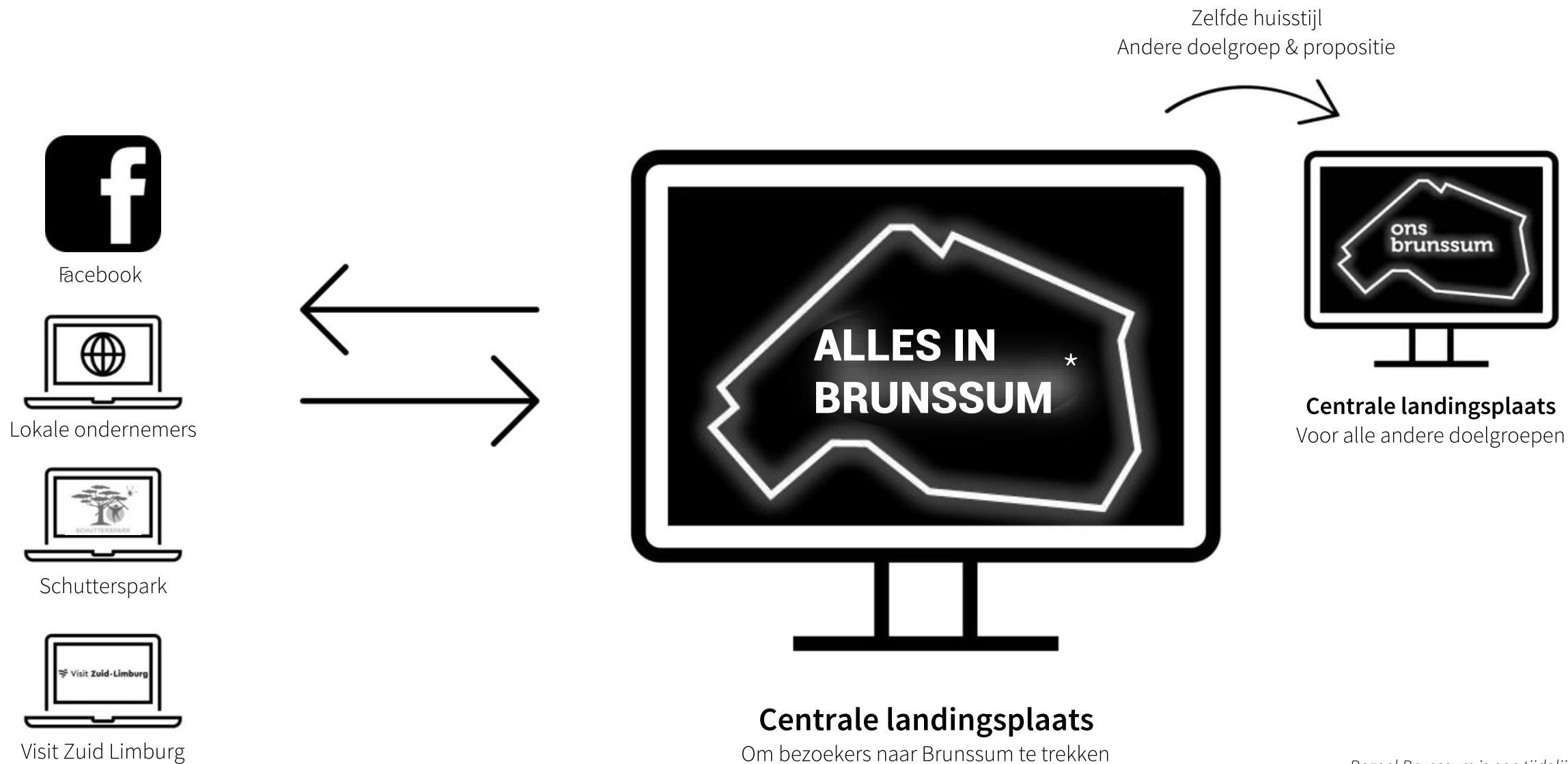
Wat kan ik met mijn kinderen in Brunssum doen?
Wat kan ik met mijn vrienden in Brunssum beleven?
Wat voor cultureel programma is er voor mij?

3

Conversie

van online naar offline

Centrale landingsplaats | OnsBrunssum: zelfde huisstijl, andere propositie



BezoekBrunssum is een tijdelijke werknaam

Veel staat in de kinderschoenen...



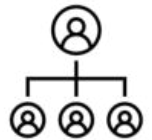
BezoekBrunssum



Organisatie achter platform



Merk 'Brunssum'

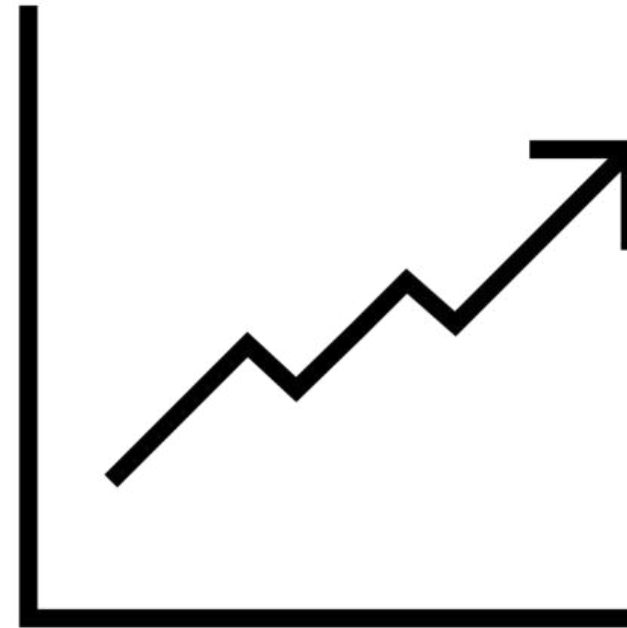


Samenwerking tussen ondernemers



Centrum

Dat vraagt om een website die mee kan groeien...



Klein starten

Groot eindigen

Conclusies

Vervolgstappen

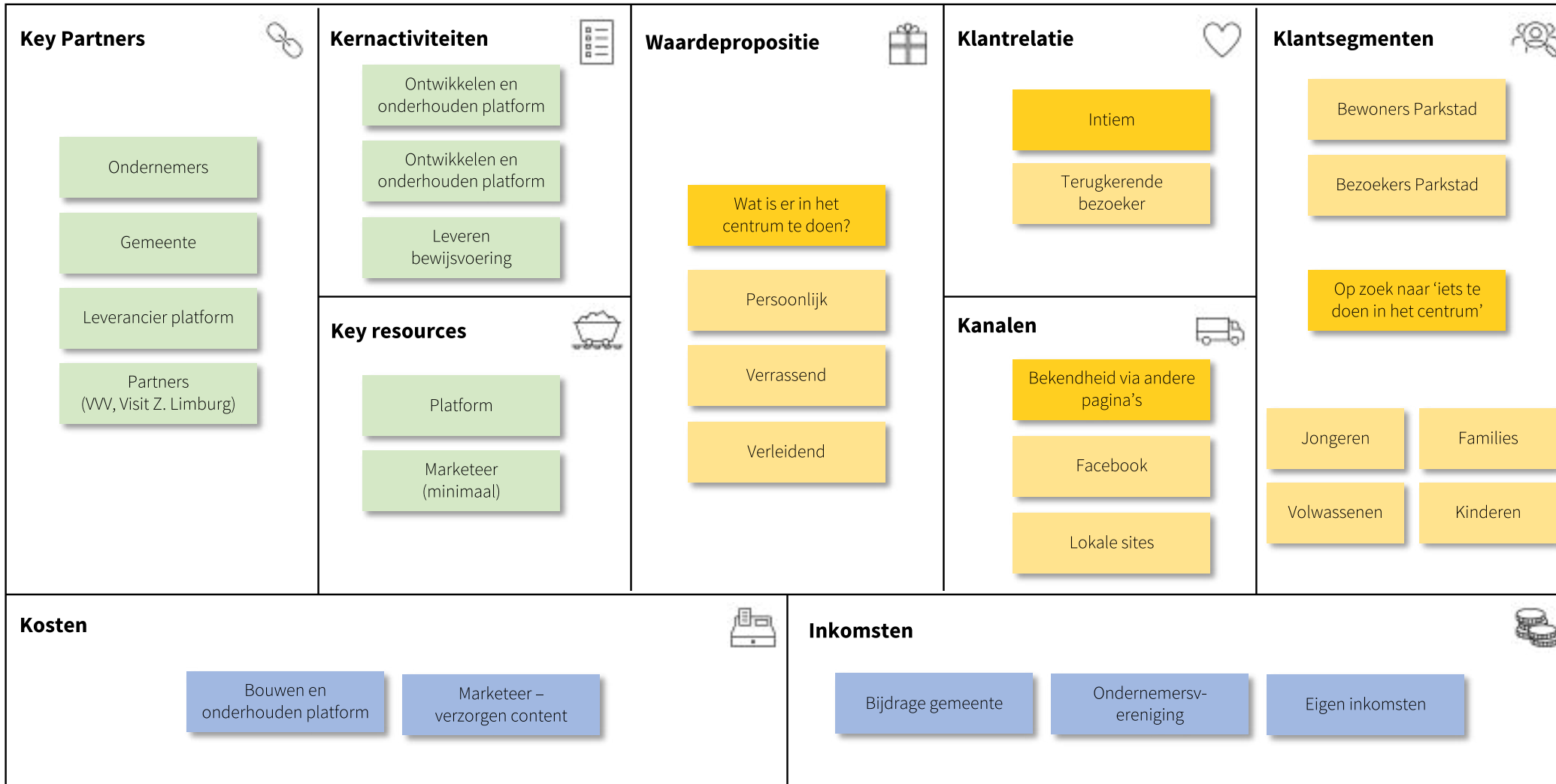
Vervolgstappen

De initiatiefnemers van Thuis uit eten in Brunssum en Business in Brunssum hebben bij de gemeente een verzoek ingediend om tot deze haalbaarheidsstudie te komen. De gemeente heeft daarop besloten dit onderzoek te financieren. Nu de resultaten bekend zijn, is het opnieuw aan de initiatiefnemers en aan Business in Brunssum om de vervolgstappen in gang te zetten. We zien daarbij een paar belangrijke aandachtspunten:

- **Neem de omgeving mee** – Zorg dat de betrokkenen op de hoogte blijven van de uitkomsten van dit onderzoek en de te nemen vervolgstappen. De betrokkenen zijn bijvoorbeeld de ondernemers en de politiek (waaronder portefeuillehouder en burgemeester).
- **Start met de invulling van enkele praktische kaders**
 - Organisatie – Bepaal wie welke rol inneemt (Business in Brunssum, Gemeente, Initiatiefnemers)
 - OnsBrunssum – Bepaal de samenhang met OnsBrunssum (doelgroep, doelstelling, huisstijl, etc.) en stel vast hoe deze sites technisch kunnen samenwerken (achterkant, linken tussen pagina's, etc.)
 - Stel vast hoe de activiteiten (platform en marketing) gefinancierd kunnen worden, bijvoorbeeld uit bijdragen vanuit Business in Brunssum, de gemeente en aanvullende subsidie (zoals bijvoorbeeld de voucherregeling). Kijk daarbij naar de eenmalige en de jaarlijkse kosten.
 - Resources – Werk een marketeer en selecteer een leverancier voor het platform. Werk een eerste functioneel ontwerp uit.
- **Start op korte termijn met een facebookpagina** om het bereik te vergroten en te testen wat wel en wat niet werkt. Deel ook deze successen met de omgeving.

Conclusies

Strategie



Initiatiefnemers

- Thuis Uit Eten In Brunssum
- Business in Brunssum
- Gemeente Brunssum

Projectteam

- Mark Tielemans
- Jos Langendijk
- Maurice Daemen
- Leo Wijshoff
- Bart Vromen
- Leo Peters
- Annabelle van Hout
- Remco van der Steen

**Ideeën, tips of zelf bijdragen?
Meld je aan bij één van de leden
van het projectteam!**

Want 'allesinBrunssum' dat zijn we samen!