

Agenda 20 mei 2021, 16.00 – 17.30 uur

Locatie: via Teams

Onderwerp Plan van Aanpak/Strategie marketingcampagne Doorfietsroutes Groningen / Drenthe

Deelnemers: [REDACTED] en [REDACTED] – Initio; [REDACTED] [REDACTED] – Projectcoördinator ; [REDACTED] [REDACTED] – beleidsmedewerker; [REDACTED] – communicatieadviseur Provincie Groningen; [REDACTED] – communicatieadviseur Provincie Drenthe

Doel: strategie marketingcampagne Initio bespreken, rolverdeling en planning bepalen

Planning: direct aan de slag om nog vóór de zomer een begin te maken;

Waar staan we?

Opdracht van de provincie(s) is om Doorfietsroutes te promoten zodat 50% van omwonenden de /hun route kent en weet dat er doorfietsroutes in de provincie Groningen en Drenthe liggen en waar ze te vinden zijn

Het doel van de campagne is om de herkenbaarheid en zichtbaarheid van de doorfietsroutes te vergroten met als resultaat dat inwoners van de provincie Drenthe en Groningen weten wanneer ze op een Doorfietsroute fietsen en de route eenvoudig kunnen volgen. Dit moet eraan bijdragen dat de doorfietsroutes meer gebruikt worden en dat er überhaupt meer mensen gebruik maken van de fiets op de verbindingen waar doorfietsroutes liggen.

Initio heeft een strategie ontwikkeld voor diverse doelgroepen • Daarnaast hebben we 'budgetvrij' middelen bedacht voor iedereen uit die doelgroep • De keuze voor welke middelen en hoe ver te gaan in de uitvoering bepalen de kosten • Afhankelijk van het beschikbare budget kunnen we op- of afschalen • Verschillende middelen kunnen zelf of samen met andere partijen worden uitgevoerd • De uitgekende mix van on- en offline zorgt voor een optimaalbereik.

Derhalve: op tafel liggen diverse middelen hiervoor met aan elk middel een prijskaartje; er is geen budget vastgesteld.

Wat moet er gebeuren om aan de slag te gaan?

1. Tijdlijn van op te leveren fietsroutes* (mijlpalenplanning) zodat we de volgorde van middelen kunnen plannen. Dit ook naar aanleiding van jullie wens (Uitgangspunten 5/2) om 'de aandacht te koppelen aan momenten in projectmijlpalen'. Dit zijn de in ons voorstel genoemde Hero-momenten. * Eelde / Bedum / Zuidhorn / Haren (via Helperzoom) / Ten Boer / Roden / Assen (deeltraject Noord-Willemskanaal).
2. Persona's benoemen (welke 7 zijn dat?) om definitieve doelgroep vast te stellen.

3. Prioriteitenlijst en middelenmix maken; hoe kunnen we de voorgestelde middelen inzetten voor maximaal resultaat (NB! niet zo maar wegstrepen, maar per middel bekijken welke bijdrage deze levert aan het geheel).
4. Per middel bepalen wat de inzet is en waar zelfredzaamheid zit.
5. Afhankelijk van de werkelijke kosten keuzes maken en budget vaststellen.
6. Maken contentkalender + blauwdruk opening fietspad.