

Marketing Strategie Cultuur In Dordrecht

Verwonder.
Omarm.
Koester.

Een overzicht van de missie, visie, strategie en doelstellingen van het nieuwe cultuurplatform.

Missie

Onze missie is om culturele activiteiten zichtbaarder en toegankelijker te maken voor een breder publiek en Dordrecht op de kaart te zetten als dé cultuurstad van Nederland. Dit willen we bereiken door alle culturele partijen uit Dordrecht met elkaar te verbinden, om zo als geheel cultuur te kunnen promoten. We streven ernaar een inspirerende, levendige en toegankelijke omgeving te creëren die podiumkunsten, tentoonstellingen, cursussen en andere cultuur gerelateerde activiteiten onder de aandacht brengt. Waarbij we niet alleen de lokale bevolking maar ook bezoekers van buiten de stad weten te inspireren en te betrekken bij het rijke culturele leven van Dordrecht.

Visie

Onze visie is om Dordrecht te positioneren als een culturele bestemming die bekend staat om haar creatieve vitaliteit en diversiteit. We streven ernaar om een platform te zijn dat artistieke expressie aanmoedigt, culturele uitwisselingen stimuleert en een breed scala aan kunstvormen ondersteunt. Door samen te werken met partners uit de culturele sector, willen we een omgeving creëren waarin cultuur gedijt, mensen inspireert en verbindt, en waarin Dordrecht wordt erkend als een bruisende cultuurstad.





Strategie

We kiezen voor een geïntegreerde marketingstrategie en een holistische benadering. Waarbij we niet alleen focussen op individuele locaties of activiteiten en elk deel afzonderlijk communiceren, maar ook focussen op de verbinding tussen de partijen en volledige UITagenda. We geloven dat je een sterkere boodschap hebt als je communiceert hoe via dit cultuurplatform alles samenkomt, dan wanneer je alle partijen afzonderlijk communiceert. Samenwerken om een algeheel effect te creëren dat groter is dan de som der delen.

SMART Doelstellingen

- Binnen een jaar willen we een gemiddeld dagelijks websitebezoek van 700 sessies per dag behalen door middel van marketing campagnes, content marketing en zoekmachineoptimalisatie. (Indordrecht.nl zit op ongeveer 1000 bezoekers per dag)
- Binnen een jaar willen we gemiddeld x aantal uitgaande kliks richting de partners per dag behalen door middel van website optimalisatie, zoekmachine optimalisatie, marketing campagnes en content marketing.

Doelstellingen

- Binnen een jaar zijn alle culturele organisaties van Dordrecht gebonden aan en verbonden met Cultuur In Dordrecht.

Doelgroepen

(Op basis van onderzoek Rotterdam Festivals)

1e jaar focus op de intensieve en medium cultuurgebruikers.

1- De proevende buitenwijkers

- Vormen samen 22% van de voor cultuur interessante bevolking in Dordrecht;
- Medium geïnteresseerd in cultuur. Gaan voor gezelligheid;
- Tussen de 45-65 jaar oud;

- Zonder kinderen of met oudere kinderen;
- Voornamelijk woonachtig in het Reeland, Krispijn, Stadspolders, Sterrenburg.

Belangrijkste doelgroep voor Cultuur in Dordrecht. Grote groep met veel potentie. Kunnen extra geënthousiasmeerd worden door onze benadering en kunnen ze overhalen. Hebben tijd en geld. (De klassieke cultuurliefhebbers weten culturele activiteiten al goed te vinden.)

2- De gezinnen met medium en intensieve interesse voor cultuur

(kindrijke cultuurvreter en actieve vermaakgangers)

- Vormen samen ongeveer 11% van de voor cultuur interessante bevolking in Dordrecht;
- 35-45 jaar;
- Hippe en populaire uitjes;
- Ondernemen veel;
- Verspreid over heel Dordrecht;
- Nieuwbouwwijk Wioldrechtse Zeedijk opvallend veel actieve vermaakgangers.

Groep met grote intentie om dingen te ondernemen en zoekende naar leuke uitjes.

3- Jongeren met medium en intensieve interesse voor cultuur

(culturele alleseters (6%) en startende cultuurspeurders (5%))

- Vormen samen ongeveer 11% van de voor cultuur interessante bevolking in Dordrecht;
- 18-35 jaar;
- Voornamelijk woonachtig in de Binnenstad, Krispijn, Staart en Crabbehof.

Moeilijkste doelgroep om te benaderen, maar wel één met veel potentie.

4- De klassieke cultuurliefhebbers

- Vormen samen 15% van de voor cultuur interessante bevolking in Dordrecht;
- Intensief geïnteresseerd in cultuur;
- 65+ jaar;
- Voornamelijk woonachtig in de Binnenstad en Dubbeldam.

Zijn al zeer geïnteresseerd in cultuur. Insteek voor deze doelgroep is om ze ook te activeren en aan te spreken via ons kanaal en ze niet te verliezen.

Landelijk en regionaal focussen we op dezelfde doelgroepen.



Positionering

Cultuur In Dordrecht fungeert als de spin in het web van culturele activiteiten in Dordrecht. Een centraal platform waar alle aspecten van cultuur samenkomen. Een toegankelijk platform voor iedereen, waarbij we een breed scala aan culturele activiteiten bieden en mensen inspireren, in contact brengen met en laten kennismaken met alle culturele activiteiten die Dordrecht te bieden heeft.

Middelen

- Organische kanalen: website, nieuwsbrief, Instagram, Facebook, Tik Tok, SEO.
- Betaalde kanalen: SEA, social media campagne, outdoor campagne, Dordt Centraal.

1e jaar experimenteren met verschillende benaderingen om te kijken wat wel en niet aanspreekt.

Benaderingen

- Locaties en culturele activiteiten verdelen onder de doelgroepen;
- Verschillende campagnes voor verschillende doelgroepen, lokaal en landelijk.

Uitdagingen

Budget niet toereikend genoeg om iedereen aan te spreken. We zullen dus naar creatieve oplossingen moeten zoeken en kiezen voor specifieke middelen waar de doelgroep die we willen bereiken oververtegenwoordigd is. En moeten werken aan uitingen die meerdere van onze doelgroepen kunnen aanspreken.