

Doelgroepen & doelstellingen Marketing zaanstreek

Doelgroepen

Marketing Zaanstreek ontwikkelt en continueert activiteiten voor:

- Bewoners: huidige Zaankanters en potentiële bewoners uit MRA.
- Bezoekers: regionale, nationale en internationale toeristische bezoekers
- Bedrijven en instellingen: de partners van Marketing Zaanstreek, met hen vergroten wij onze slagkracht.

Doelstellingen

Marktsegment	Doelgroepen	Doelen
Bewoners	huidige bewoners	* trots op de stad vergroten
		* hogere waardering
		* de eigen stad meer ontdekken
	* Zaankanters behouden als bewoners van Zaanstad	
	Potentiële bewoners uit MRA	* Reputatie van Zaanstad verbeteren zodat ze wonen in Zaanstad gaan overwegen.

Marktsegment	Doelgroepen	Doelen
Bezoekers	Regionale bezoekers (uit de MRA)	* meer (individuele) bezoeken en hogere waardering
	Nationale bezoekers	* spreiding vanuit Zaanse Schans naar andere delen van Zaanstad
	Internationale bezoekers	* (individuele) bezoekers verleiden ook andere delen van Zaanstad te bezoeken

Marktsegment	Doelgroepen	Doelen
Bedrijven en instellingen	Sponsors Marketing Zaanstreek	* vergroten slagkracht Marketing Zaanstreek door samenwerking met Zaanse bedrijven en instellingen * vergroten invloed van Zaanstad in de Metropool
	Partners en relaties	* belang van marketing voor de streek benadrukken * inzet Marketing Zaanstreek zichtbaar maken

De doelen van Marketing Zaanstreek zijn in 2018 – in nauwe samenspraak met de gemeente Zaanstad – verwerkt in het dashboard citymarketing (zie KPI-schema op volgende pagina).

KPI overzicht

Doelgroep	Doelstelling	Nulmeting in 2018	Eindmeting in 2024	Bron KPI	Permanente activiteiten	
Bewoners	huidig	Trots op stad	19% is zeer trots op de stad, 4% is absoluut niet trots	23% is zeer trots op de stad en absoluut niet trots is <10%	Motivaction	Zaanstore, Zaans.nl, Kanalen Instagram. Facebook, blog Zaankanters
		Eigen stad meer ontdekken	Hoe vaak heeft u het afgelopen jaar activiteiten ondernomen/bezocht in de Zaanstreek.	Recreëren >80% Funshoppen 78% Uitgaan 75% Bezoek culturele activiteit 60% Bezoek evenement 55%	Motivaction	Zaanstore, Zaans.nl, Kanalen Instagram. Facebook, blog Zaankanters
		Zaankanters behouden als bewoners	75% van de Zaankanters wil (zeer) waarschijnlijk in de Zaanstreek blijven wonen	Minimaal 75% van de Zaankanters wil (zeer) waarschijnlijk in de Zaanstreek blijven wonen	Motivaction	Zaanstore Instagram, Zaans Instagram, Zaans Facebook, blog Zaankanters, Welkomstpakket
	potentieel	Aantrekken nieuwe bewoners	63% van de MRA-inwoners kiest (zeer) waarschijnlijk niet voor de Zaanstreek	55% van de MRA-inwoners kiest (zeer) waarschijnlijk niet voor de Zaanstreek	Motivaction	
Bezoekers	MRA/regionaal	Meer individuele bezoekers uit de MRA	Hoe vaak heeft u het afgelopen jaar activiteiten ondernomen/bezocht in de Zaanstreek.	In 2024 onderneemt 20% van de MRA bewoners een activiteit in de Zaanstreek	Motivaction	Zaanstore, Zaans.nl
		Hogere waardering	De MRA bezoeker beoordeelt zijn bezoek aan de Zaanstreek met een 6,6	De MRA bezoeker beoordeelt zijn bezoek aan de Zaanstreek met een 7	Motivaction	Zaanstore, Zaans.nl
	nationaal	Spreiding vanuit de Zaanse schans naar andere (focus)delen van de stad	In 2017 bezocht 10% van de Nederlandse bezoekers van de ZS ook andere bestemmingen in de Zaanstreek	In 2023 bezoekt 13% van de NL bezoekers van de ZS ook andere bestemmingen in de Zaanstreek	Strabo	Zaanstore, Zaans.nl, Zaans op station ZS,
	internationaal	(Individuele) bezoekers verleiden ook andere delen van Zaanstad te bezoeken	In 2017 bezocht 2% van de internationale bezoekers van de ZS ook andere bestemmingen in de Zaanstreek	In 2023 bezoekt 4% van de internationale bezoekers van de ZS ook andere bestemmingen in de Zaanstreek	Strabo	Zaanstore, Station ZS, IAmsterdam.com, I Amsterdam Visitor Centers (3), I Amsterdam Magazine