

Roosendaal Citymarketing Strategie

2021 - 2023



Inhoud

Wij Roosendalers maken de stad.



01

Roosendaal moet op
de kaart!

Blz. 6

02

Stad met potentie op
een gunstige locatie

Blz. 8

03

De rol van Roosendaal
Citymarketing

Blz. 10

04

Dit is waar we voor
staan en wie we zijn

Blz. 12

05

Op wie richten we ons?

Blz. 16

06

De strategische lijnen

Blz. 18

07

De impact van
Citymarketing meten

Blz. 30

08

Regie door Roosendaal
Citymarketing

Blz. 32



We zijn een stad in beweging.

WAAR JE DROMEN EN AMBITIES
WAAR KAN MAKEN.



01

Roosendaal moet op de kaart!

In 2016 concludeerde de gemeente Roosendaal dat het ontbreken van een heldere positionering en een overkoepelende citymarketingstrategie leidde tot versnippering en een minder krachtig imago van de stad. De gemeenteraad ging in maart 2018 akkoord met het merk- en organisatieplan voor Roosendaal Citymarketing waarin de basis werd gelegd voor de identiteit van de stad, de merkwaarden, de visuele vertaling en de aanpak voor een campagne.

Vanaf april 2019 is een nieuw team met dit plan aan de slag gegaan en inmiddels heeft er een strategische verdiepingsslag plaatsgevonden. Van hieruit gaan we verder en kunnen we meer bereiken met de inzet van Citymarketing. Dit is essentieel om de positie van Roosendaal te verstevigen.

Dit doen we niet alleen. We werken hiervoor samen. Met de gemeente, met partners en andere stakeholders zorgen we ervoor dat alles wat we doen ten gunste is van onze stad. Onze mooie, unieke stad die nu al de plek is voor

zoveel verschillende mensen, ondernemers en talenten. En onze stad heeft de potentie om dat in de toekomst alleen nog maar meer te worden. Samen kunnen we de ambitieuze doelen voor onze stad bereiken!

“Samen kunnen we de ambitieuze doelen voor onze stad bereiken!”

Hoe we dat gaan doen, hebben we beschreven in dit strategisch plan. Hierin lees je wat Roosendaal al is en wat Roosendaal nog kan worden. Een plan voor de lange termijn, waarvan alleen de doelen vast staan. De stip op de horizon is er, en we gaan volle kracht vooruit om die stip te bereiken! De uitvoering om die doelen te behalen is dynamisch en zal steeds meebewegen met de mogelijkheden van de dan geldende situatie en omgevingsfactoren. Door doelgericht, dynamisch én samen te werken, zetten we zo Roosendaal op de kaart.

Stad met potentie op een gunstige locatie

02

Roosendaal is een ondernemende stad in het hart van West-Brabant, praktisch en op korte afstand gelegen tussen wereldsteden als Rotterdam en Antwerpen. De goede bereikbaarheid van Roosendaal, de prachtige natuur in de directe omgeving en de aanwezigheid van alle voorzieningen die een stad hoort te bieden, maakt het een aantrekkelijke omgeving voor huidige en toekomstige bewoners en bedrijven.

Verbinden en binden van meerdere doelgroepen aan de gemeente

In de toekomst willen we meerdere doelgroepen aan onze stad en de omliggende dorpen binden. Uiteraard zijn dat in de eerste plaats de bewoners, die veelal met veel plezier in onze gemeente wonen. Zij moeten volop de ruimte houden en krijgen om zich verder te ontwikkelen. Hiervoor is een goed klimaat om te kunnen wonen, leven en werken essentieel.

Om dat laatste te realiseren, is het belangrijk om een goede balans in de stad te houden. Het streven is om onze (hoog)opgeleide, ambitieuze en ondernemende jongeren aan de stad te blijven binden, omdat zij als geen ander een bijdrage kunnen leveren aan de economische ontwikkeling van Roosendaal. Ze zorgen in de toekomst voor innovatieve bedrijvigheid, werkgelegenheid, brengen dynamiek in de stad en zorgen voor een verbeterde leefbaarheid wanneer zij zich hier vestigen.

Claim de potentie van Roosendaal

Waar we als middelgrote stad rekening mee moeten houden, zijn de grote steden om ons heen.

De verwachting voor de toekomst is dat die verder groeien en daarmee ook een grotere aantrekkingskracht krijgen op dezelfde bedrijven en jongeren die we juist aan onze gemeente willen binden. Om een serieuze optie te blijven, claimen we daarom als middelgrote stad onze positie en verstevigen we deze verder. Dat doen we o.a. door Roosendaal goed in de etalage zetten en te laten zien dat het hier mogelijk is om je te ontwikkelen op ieder vlak: economisch, sociaal en maatschappelijk.

Ambitie en woongenot gaan hand in hand in Roosendaal

Tot slot is het belangrijk dat de inwoners van onze gemeente gelukkig zijn en zich prettig voelen in Roosendaal en haar omliggende dorpen. De ruimte krijgen om zich te ontplooiën, ontwikkelen en groeien, moet gepaard gaan met een goede ruimtelijke kwaliteit, net als het aanbod van cultuur- en de sportvoorzieningen. Door al deze ambities op elkaar aan te laten sluiten, versterken ze elkaar en maken ze van de Gemeente Roosendaal een fijne plek voor iedereen.

De rol van Roosendaal Citymarketing

03

Wij zijn de partij die de ambities van Roosendaal vertaalt naar een strategie met doelstellingen, en die bij de operatie en uitvoering continu monitort dat wat er gedaan wordt volledig in het teken staat van het halen van die doelstellingen. We delen onze kennis en zoeken steeds naar slimme verbindingen met partners en stakeholders om samen te werken aan de ambities en het imago van Roosendaal.

De positie van Roosendaal versterken

Vanuit Roosendaal Citymarketing zetten we de kwaliteiten van onze stad in de etalage. Hiervoor brengen, halen en delen we kennis met partners die we in de gehele gemeente en daarbuiten hebben. We dragen het merk Roosendaal met zoveel mogelijk Roosendalers uit. Het is onze taak hier sturing aan te geven. Die partners zijn bijvoorbeeld consumenten, winkeliers, ondernemers, bedrijven en stichtingen.

We werken met hen samen, leggen verbindingen en zoeken connecties waar dat mogelijk is. Zodat er evenementen georganiseerd kunnen worden, activiteiten opgezet, samengewerkt om het aanbod te verbeteren, etc. Alles om samen zo goed mogelijk te werken aan Roosendaal. Een goede samenwerking is een van de factoren die bepalend is voor succes. Door dit goed op te zetten, werken we gestructureerd en met zijn allen toe naar hetzelfde doel: de positie van Roosendaal versterken.

Dit is waar we voor staan en wie we zijn

Om een consistent en herkenbaar beeld te vormen voor de Gemeente Roosendaal is er een huisstijl en logo ontwikkeld. Dit is gedaan om het verhaal van Roosendaal kracht bij te zetten en een eenduidige uitstraling te geven. Deze huisstijl wordt ingezet door de gemeente, VVV en de binnenstad.

Het belangrijkste doel: samen uitstralen dat we een stad zijn met één gezamenlijke identiteit en dat we samen aan de toekomst van onze mooie stad werken. Het logo zelf is van en voor iedereen in de stad.

Hier mogen we trots op zijn!

04

De waarden van onze stad

De doelen die we nastreven voldoen aan een aantal kernwaarden. Deze waarden verwoorden wat we als gemeente Roosendaal belangrijk vinden, waar we naar willen streven en waar we ons aan willen houden.

Ondernemend

Bewoners en ondernemers krijgen de ruimte om te ondernemen en hun ideeën en dromen te realiseren. **Er heerst een echte ondernemerscultuur.** Hardwerkend en niet afwachten, maar doen. Denk aan de vele actieve ondernemers, opleidingsmogelijkheden en instellingen, organisaties en bedrijven. Maar ook aan de strak georganiseerde evenementen en aantrekkelijke toeristisch-recreatieve activiteiten waarmee we steeds meer (terugkerende) bezoekers trekken.

Verbindend

Samen staan we sterk. **We zijn er voor elkaar en hebben oog voor elkaar.** Het is deze verbindende kracht van het bedrijfsleven, kleurrijke verenigingsleven, instellingen, culturele organisaties en (hoge)scholen die in belangrijke mate bijdragen aan Roosendaal als aantrekkelijke woon-, werk- en leefstad.

“We zijn hartelijk en voelen ons verbonden met onze omgeving.”

Betrokken

We zijn hartelijk en voelen ons verbonden met onze omgeving. We zijn gastvrij, sympathiek en oprecht. Dat merk je in alles. Van de manier waarop we onze gasten ontvangen tot hoe we onderling met elkaar omgaan. Het ons-kent-ons-gevoel. Voorzien van alle voordelen van een stad, maar tegelijkertijd een dorps karakter.



Ons verhaal

Wij Roosendalers maken de stad.

De stad waar we wonen, leven, werken en ondernemen.

Waar we gezelligheid, geborgenheid en een vertrouwd gevoel vinden.

Een echte stad met een dorps karakter.

Waar we elkaar nog kennen, elkaar helpen en samen hard werken,
om onze stad te laten bloeien.

We zijn een stad in beweging.

Waar je dromen en ambities waar kunt maken.

Waar dankzij ons ondernemende karakter,
de jonge generatie nog lang niet is uitgeleerd.

Waar studenten ruim baan krijgen,
en waar het bedrijfsleven kan groeien.

We zijn een stad met ambitie.

Waar onderwijs en zorg altijd de volle aandacht krijgen.

Waar ontwikkelingen zich in een rap tempo opvolgen maar,
waar we elkaar niet uit het oog verliezen.

Waar we dankzij innovatief ondernemerschap,
Roosendaal op de kaart zetten.

We zijn een stad waar je altijd welkom bent,
en waar je je welkom voelt.

Waar historie en het heden hand in hand gaan.

Waar cultuur en culturen samenkomen,
in de kroeg, op de club of bij de vereniging.

Van waar je makkelijk verbinding legt met de Randstad,
met onze zuiderburen en met de rest van de wereld.

We zijn een stad voor iedereen.

Voor de sportieveling, de kunstenaar, de natuurliefhebber en de shopper.

Een stad waar kansen zijn om te groeien.

Met elkaar en voor elkaar.

Voor de stad, de streek en voor een duurzame toekomst.

Voor iedereen, en voor jou.

Roosendaal maakt het bereikbaar.



**We zijn een stad
waar je altijd
welkom bent**

EN WAAR JE JE WELKOM VOELT.



05

Op wie richten we ons?

Roosendaal is van iedereen en voor iedereen. Om onze ambities te realiseren maken we slimme keuzes over hoe en aan wie we het verhaal van Roosendaal vertellen, en welke activiteiten en projecten we daarvoor in de etalage gaan zetten. Door dit met een strategische blik te bekijken, gaan we gericht aan de slag voor Roosendaal. We maken daardoor op een efficiënte manier optimaal gebruik van de middelen die we inzetten. Hieronder vatten we per doelgroep samen wie we er onder verstaan en met welke boodschap we hen willen bereiken. Deze doelgroepen zijn onze zogenaamde focusdoelgroepen. Zij krijgen onze volle aandacht en we zetten onze energie en middelen zo gericht en effectief mogelijk voor hen in. Dit betekent niet dat we er niet voor anderen zijn, iedereen wordt in onze gemeente gastvrij ontvangen en gefaciliteerd. De focus ligt echter op onderstaande groepen.

Dagbezoekers

Roosendaal kent veel dagbezoekers. Ze komen vanuit het hele land funshoppen in in Designer Outlet Roosendaal of gaan voor een avontuurlijke beleving naar een van de bedrijven op Leisure Park de Stok of naar de WielerExperience. Vanuit de meer directe omgeving van Roosendaal komen mensen voor een bezoek aan de horeca, het theater, de winkels in de binnenstad, een van de evenementen of om te wandelen of fietsen in de natuur. Deze brede bezoekersdoelgroep heeft steeds een andere aanleiding om naar Roosendaal te komen. Wij zetten ons in op bezoekers die op zoek zijn naar een totaalbeleving en een compleet dagje uit.

De levensgenieters

Een grote groep mensen woont met veel plezier in Roosendaal of in een van de omliggende dorpen. Zij houden van fietsen en wandelen in de natuurrijke omgeving, lekker eten en drinken, winkelen in de binnenstad en zijn geïnteresseerd in cultuur. Ze zijn vaak wat ingetogen en hechten waarde aan sociale verbondenheid. Toch hebben velen nog weinig binding met de stad en zijn vaak kritisch. Het is belangrijk om hen meer positieve ervaringen te geven in de stad, zodat ze een promotor worden van Roosendaal.

Jonge ondernemende bewoners

Jongeren trekken soms weg uit de stad om te studeren in een grotere stad zoals Rotterdam, Breda en Tilburg. Als zij klaar zijn met de studie blijven zij daar vaak hangen. Wij willen deze hoger opgeleide, jonge, ondernemende professionals in Roosendaal houden of ze terughalen. Ze hebben vaak nog een binding met Roosendaal doordat hier nog familie en vrienden wonen. Om ze te verleiden terug te komen, willen we op die band die ze hebben met onze stad inspelen. Daarnaast zijn de woningen hier vaker betaalbaar dan in grotere steden en biedt Roosendaal volop kansen om te ondernemen en het vinden van interessante banen.

Sociale en actieve studenten

Met de aanwezigheid van een grote diversiteit aan MBO opleidingen en een groeiend aantal HBO opleidingen kan talent zich in Roosendaal goed ontwikkelen. Studenten komen vanuit zowel Zeeland als West-Brabant om hier te studeren. Wij richten ons op actieve studenten die hun praktische ervaring en opgedane kennis willen inzetten bij het Roosendaalse bedrijfsleven. Wij willen hen zo goed mogelijk thuis laten voelen in de stad, zodat ze zich hier ontwikkelen en een binding krijgen met de stad. Hierdoor kiezen zij er later eerder voor om zich in de gemeente Roosendaal te vestigen.

Ambitieuze ondernemers

Roosendaal is een ondernemende stad waar geëxperimenteerd kan worden. Regelmatig worden initiatieven in Roosendaal als eerste getest of gestart. De stad biedt een voedingsbodem voor ondernemers met lef en bedrijven die verder durven te kijken. We richten ons op ambitieuze, groeiende ondernemers en reeds gevestigde ondernemers die innovaties doorvoeren voor de ontwikkeling van nieuwe bedrijvigheid voor de stad.

06

De strategische lijnen

Hoe kunnen we het verschil maken

Hoe benutten we kansen, zodat Roosendaal in de toekomst een gezonde stad blijft? Om de ambities te verwezenlijken is lange termijn denken en doen noodzakelijk. De strategische lijnen geven structuur aan de aanpak en focus van onze activiteiten voor de komende jaren. Ook hoe we dat willen bereiken. Ze geven aan hoe we het verschil kunnen maken.

Activiteiten van partners uit de stad die een bijdrage leveren binnen deze propositie en doelstellingen zullen we ondersteunen en in de etalage zetten. Met elkaar vertellen we zo hetzelfde verhaal en zetten we Roosendaal op de kaart.

Versterken merk Roosendaal

1

Aantrekkelijke bestemming voor een of meerdere dagen.

2

Stad in ontwikkeling met een fijn woon- en leefklimaat.

3

Stad die talent aantrekt en werkgelegenheid biedt.

4

Stad die ondernemers met ambitie de ruimte voor ontwikkeling biedt.



Een stad waar
kansen zijn om
te groeien.

MET ELKAAR EN VOOR ELKAAR.

Aantrekkelijke bestemming voor een of meerdere dagen

Er zijn genoeg bezoekwaardige locaties in Roosendaal die goed te combineren zijn voor een dag of meerdaags bezoek. Neem bijvoorbeeld het buitengebied met fiets- en wandelmogelijkheden, funshoppen in de Designer Outlet en de gastvrije binnenstad, sport en belevenis op o.a. Leisure Park de Stok dat zich in rap tempo ontwikkeld, Vlietpark en de theaters. Daarnaast is er een bruisend aanbod van horeca, cultuur en evenementen. Je kunt je met gemak meerdere dagen vermaken.

6.1

Wat willen we bereiken?

Roosendaal heeft de potentie een goede bestemming voor een dagje of weekendje weg te zijn. De stad staat echter nog niet zo bekend. Daarom moeten we Roosendaal sterker profileren als plek voor een dagbezoek. Een belangrijke voorwaarde hiervoor is wel dat we het vrijetijdsaanbod en de buitenruimten voor bezoekers aantrekkelijker maken en die beter op de verschillende doelgroepen afstemmen. Met bestaande accommodaties en de mogelijke komst van een nieuw hotel kunnen we extra inzetten op meerdaags verblijf. Ontwikkelingen in het vrijetijd domein dragen daarnaast sterk bij aan een positief woon- en leefklimaat en maakt bewoners trots op hun stad.

Hoe gaan we dat doen?

In kaart brengen van de doelgroep

We moeten beter inzicht krijgen in het profiel en koopgedrag van de doelgroep bezoeker, zodat we de juiste stappen kunnen zetten en de juiste activiteiten kunnen organiseren en etaleren. Daarom brengen we de Customer Journey in kaart en maken we persona's. Dit geeft ons inzicht en helpt ons bepalen welke boodschap we over moeten brengen, waar we dat moeten doen en wanneer. De resultaten hiervan delen we met relevante partners en we betrekken hen om het aanbod hier ook op af te stemmen. Het uitwisselen van informatie maakt dat we steeds meer weten over onze bezoekers en steeds betere product-markt combinaties kunnen maken.

Roosendaal profileren als aantrekkelijke bestemming voor dagbezoek

Dit doen we door het toeristisch recreatief aanbod te verbinden op basis van thema's: shoppen (winkelgebieden), natuur (buitengebieden), het culturele aanbod en avontuurlijke aanbod (Leisure Park de Stok en overige ondernemingen op het gebied van toerisme en recreatie).

De verschillende thema's vertegenwoordigen de aantrekkingskracht van de stad en de interesses van de bezoekers. Op deze manier categoriseren we het uitgebreide aanbod van Roosendaal (voorzieningen, evenementen en arrangementen) en bundelen we de krachten met de verschillende partners per thema. Wij zetten het aanbod in de etalage via het platform www.bezoek-roosendaal.nl en via activatiecampagnes (zowel online als offline). Daarmee zorgen we voor een toename van het aantal bezoekers.

Verbinding en overbrugging tussen de verschillende vier thema's

Naast een algemene profilering op basis van de vier thema's, kunnen we binnen de campagnes ook per thema een specifieke doelgroep aanspreken op basis van hun interesses. Zo laten we de bezoeker bijvoorbeeld kennis maken met de andere thema's (cross selling) en geven we de ondernemers de mogelijkheid om zich te verbinden aan één of meerdere thema's door het aanbieden van acties/arrangementen of deelname aan partnerprogramma's.

Upgraden toeristisch aanbod

Een belangrijke voorwaarde om meer mensen te interesseren voor een dagbezoek is vernieuwing en verbreding in het aanbod. Met partners moeten we concreet gaan werken aan het kwalitatief verhogen en het aantrekkelijker maken van het vrijetijdsaanbod en de buitenruimten, om dit (nog) beter op de doelgroepen af te stemmen. Daarin werken wij graag samen met partijen als Bureau Binnenstad, Gemeente Roosendaal, Cultuurcluster, Leisure Park de Stok, Designer Outlet Roosendaal, evenementenorganisatoren en ondernemingen op het gebied van toerisme en recreatie. Wij nemen hierbij een verbindende, stimulerende en adviserende rol aan.

Vergroten gastvrijheidsbeleving

Gastvrijheid is een basisvoorwaarde om mensen een goede beleving te geven van de stad. Men moet zich welkom voelen. Een gastvrije stad is niet alleen belangrijk voor toeristen of dagjesmensen; gastvrijheid heeft juist ook een positieve invloed op het woongenot van bewoners en het zakelijk klimaat voor bedrijven en werknemers. We zetten in op de totaalbeleving van gastvrijheid. Dus met aankleding, goed informeren en faciliteren zorgen we voor een optimale gastbeleving.



6.2

Stad in ontwikkeling met een fijn woon- en leefklimaat

Roosendaal is met een groot aantal gebiedstransformaties bezig. Deze ontwikkelingen geven een impuls aan de stad met nieuwe ruimten om te wonen, verblijven en werken en geven een nieuwe dynamiek aan de stad. Het station, Mariadal, Stadsoevers, Dokter Brabersstaat en Bulkenaar zijn hier voorbeelden van. Samen met de vergroening en de komst van duurzame woningen zullen deze ontwikkelingen de aantrekkingskracht op nieuwe (jonge) bewoners vergroten. Ook hebben deze ontwikkelingen een positief effect op het imago.

Wat willen we bereiken?

Het veranderen van het imago van Roosendaal als een stad in beheer, naar een stad in ontwikkeling. We hebben de mogelijkheden en faciliteiten van een stad, zonder dat we een onpersoonlijk karakter hebben. Daarnaast laten we nu al zien dat door de ontwikkelingen van nieuwe, duurzame, innovatieve woonwijken we echt doen waar we voor staan: onze stad nóg aantrekkelijker maken voor bewoners. We willen dat bewoners in de toekomst nog trotser worden op hun stad en dat aan iedereen vertellen.

Hoe gaan we dat doen?

Roosendaal positioneren als een stad met een fijn woon- en leefklimaat

Door het etaleren van Roosendaalse (woon)gebieden in ontwikkeling willen we de jonge, ondernemende bewoners behouden en nieuwe (jonge) ondernemende bewoners aantrekken. Daarom geven we vanuit Roosendaal Citymarketing gezicht aan deze ontwikkelingen. Wij staan als regisseur in contact met de gemeente en andere stakeholders, adviseren deze organisaties, leggen makkelijk verbindingen en versterken zo het totaalbeeld van Roosendaal als een aantrekkelijke woon- en leefstad.

Roosendalers worden ambassadeurs

De belangrijkste ambassadeurs van de stad zijn de bewoners die hier al met plezier wonen. Daarom willen we hen zoveel mogelijk aan het woord laten. Ze zelf laten vertellen waarom ze voor Roosendaal kiezen. Het is ons doel om een stad te creëren waar bewoners zo trots op zijn dat ze zich uit zichzelf opstellen als ambassadeur en zo het juiste type potentiële, nieuwe bewoner aantrekken. Dit doen wij door het maken van verhalen en beeld met en over (trotse) Roosendalers en deze aan de hand van een contentstrategie te verspreiden. Ook verhalen en ervaringen van influencers zullen wij belichten om het gevoel van trots onder bewoners van de stad verder te laten groeien. Wij gaan deze verhalen ophalen, communiceren en uitvergroten.

Placebranding bij nieuwe ontwikkelingen in de stad

Daar waar mogelijk (en van meerwaarde) willen we samen met de gemeente en projectontwikkelaars een bijdrage leveren aan de nieuwe ontwikkelingen in de stad. Wij kunnen helpen de plek bekendheid te geven met de tijdelijke of nieuwe functies. We willen deze koppelen aan gebruikersgroepen. Hiervoor kunnen we onze platforms inzetten en campagnes opstarten.

Stad die talent aantrekt en werkgelegenheid biedt

Roosendaal kende al een divers aanbod van MBO opleidingen en sinds een paar jaar is ook Avans met haar Associate Degrees Academie neergestreken. Roosendaal mag veel bekender worden als stad om je talent te ontwikkelen, zowel op de opleidingen als bij een van de vele bedrijven in Roosendaal.



Wat willen we bereiken?

Meer studenten laten kiezen voor Roosendaal als stad om te studeren en meer Roosendaalse studenten in aanraking laten komen met het lokale bedrijfsleven. Daarnaast willen wij zorgen dat ze meer tijd in de stad doorbrengen om zo kennis te maken met andere aspecten van Roosendaal. Hiervoor zal er ook meer specifiek aanbod voor hen moeten zijn.

Hoe gaan we dit doen?

Roosendaal positioneren als stad om te studeren en waar ruimte is voor talent

We willen het imago van Roosendaal als een stad om te leren, studeren, jezelf te ontwikkelen en je doelen te bereiken, versterken. Het doel is om een positief beeld te bewerkstelligen bij toekomstige studenten, waardoor meer studenten kiezen voor één van de opleidingen die in Roosendaal worden aangeboden. Om dit te bewerkstelligen werken wij samen met diverse gemeentelijke partijen en vele andere partners, zoals Associate Degrees Academie, CIOS, Johan Cruijff College, Da Vinci College, en andere kennisinstellingen, het bedrijfsleven en het programma Start-to-Grow. Wij hebben hierbij een verbindende, adviserende en initiërende rol.

Studenten meer beleving bieden in de stad

Naast het opleidingsaanbod willen we de link leggen met de stad zelf. Naast dat je hier goed kunt studeren, leren en ontwikkelen is er, buiten tijden van Corona, ook volop ruimte om te ontspannen. We hebben horeca, een theater en allerlei andere vrijetijdsbestedingen die zeker ook voor die jonge talenten belangrijk zijn. Door ook naast de studie de verbinding te leggen met deze andere vlakken, zorgen we ervoor dat talenten zich meer verbonden gaan voelen met de stad Roosendaal. Studenten zelf worden betrokken en ingezet m.b.t. kritische succesfactoren voor deze beleving.

Aanbod op het gebied van interessante bedrijven om talenten te behouden

Samen met de onderwijsinstellingen en het bedrijfsleven werken we aan een aansluiting tussen het onderwijs en het bedrijfsleven. Via het bedrijven platform worden de mogelijkheden om een carrière te starten in de regio Roosendaal uiteengezet. Met storytelling door ondernemers in Roosendaal. Zo laten we de mogelijkheden zien en creëren we enthousiasme onder zowel de bedrijven als studenten.

Stad die ondernemers met ambitie de ruimte voor ontwikkeling biedt

6.4



Roosendaal staat bekend om haar strategische ligging en goede bereikbaarheid tussen Rotterdam en Antwerpen. De logistieke sector heeft zich hier dan ook goed ontwikkeld. Minder bekend is het goede ondernemersklimaat in o.a. het MKB. Gebleken is dat er in Roosendaal een vruchtbare voedingsbodem ligt om te kunnen experimenteren en pionieren. Vestiging in Roosendaal wordt vooral gekozen op basis van bedrijfseconomische overwegingen en het imago van Roosendaal speelt daarin niet of nauwelijks een rol. Wel de beschikbaarheid van bijvoorbeeld gekwalificeerd personeel en toeleveranciers.

Naast logistiek zijn ook de sectoren zorg, agrofood, zakelijke dienstverlening, detailhandel en vrijetijdsindustrie van groot belang voor de stad. Wanneer wij op campagneniveau hiermee aan de slag gaan, zullen we ons echter niet richten op een specifieke sector of brancheniveau. We richten ons simpelweg op ondernemers die zich willen blijven ontwikkelen en ambitieus zijn.

Wat willen we bereiken?

De naamsbekendheid en profilering versterken als stad met een innovatief en vernieuwend ondernemersklimaat. Ondernemers de weg wijzen binnen Roosendaal om zich verder te kunnen ontwikkelen en hen in verbinding brengen met andere stakeholders en bedrijven en talenten.

Hoe gaan we dit doen?

Het in de etalage zetten van Roosendaal als stad met een innovatief en vernieuwend ondernemersklimaat

Het aantrekken en behouden van bedrijven is een belangrijke opgave voor Roosendaal. We moeten de stad zo positioneren dat ambitieuze, innovatieve en vernieuwende ondernemers onze stad als een logische keuze zien om zich te vestigen. Samen met onze partners zullen we werken aan het bewerkstelligen van dit imago. Met behulp van de inzet van ambassadeurs van de stad willen we het merkverhaal uitdragen. Door middel van campagnes kunnen we specifieke doelgroepen aanspreken.

Het creëren van structurele communicatie tussen stakeholders, bedrijven en talenten

Het creëren van dit imago voor Roosendaal doen we niet alleen, maar samen met onze stakeholders, partners, bedrijven en talenten. Roosendaal Citymarketing neemt hier een sturende en activerende rol op zich. Daarnaast gaan we structureel in overleg met deze partners op strategisch niveau om te bepalen waar behoeftes liggen en hoe verbindingen gecreëerd en gestimuleerd kunnen worden. Dit doen we met partijen zoals REWIN, BOM, Start-to-Grow, ondernemersverenigingen in Roosendaal en talenten.

De impact van Citymarketing meten

07

Met alle doelen en uitvoeringsactiviteiten willen we het verschil gaan maken en zorgen dat meer mensen kiezen voor Roosendaal om te wonen, werken, studeren en te bezoeken. Het is belangrijk dat we de effecten en de impact van de citymarketing strategie zo veel mogelijk herleidbaar en aantoonbaar maken. We kunnen concluderen dat de huidige indicatoren uit het merkplan 2018 niet uitsluitend op de activiteiten van Roosendaal Citymarketing terug zijn te herleiden. Er zijn te veel factoren buiten de scope van Roosendaal Citymarketing die van invloed zijn. De coronatijd zorgt ervoor dat de meeste van de gestelde KPI's niet meer realiseerbaar zijn.

Om de resultaten van Roosendaal Citymarketing inzichtelijk te maken, wordt een dashboard gekoppeld aan de strategieën en de uitwerking ervan. Jaarlijks wordt dit dashboard aangescherpt. Hierin werken we zoveel mogelijk samen met relevante partners. In het dashboard stellen we KPI's op voor campagnes, leveren we analyses op voor de diverse doelgroepen, houden we O-metingen en analyseren we bezoek aan de platforms. Dit dashboard wordt tegelijk met het jaarplan opgeleverd.

Regie door Roosendaal Citymarketing

08

Roosendaal Citymarketing is opgericht om de regie te voeren over het Merk Roosendaal en het vertellen van het verhaal van Roosendaal om versnippering te voorkomen, de krachten te bundelen waar mogelijk en ook gezamenlijke ambities na te streven.

Roosendaal Citymarketing is dé organisatie waar Roosendalers terecht kunnen voor het aangaan van samenwerkingen, het zoeken van verbinding en het etaleren van de stad en omliggende dorpen. En daarmee bedoelen we dan ook alle Roosendalers. Inwoners, ondernemers, scholieren, studenten; iedereen die wil bijdragen aan een sterker Roosendaal is bij ons van harte welkom om in gesprek te gaan.

Door het bundelen van krachten en middelen kun je veel meer bereiken met dezelfde middelen. Het uitvoeringsplan van Roosendaal Citymarketing wordt gedeeld en gekoppeld met de keyplayers die onderdelen van uitvoering voor hun rekening kunnen nemen.

De rollen en werkzaamheden die we op ons nemen zijn:

- Strategische partner van de stad.
- Functie als kennisinstrument en kennisdeler.
- Verbinder: Tussen verschillende organisaties, bewoners of bezoekers.
- Partnerships aangaan: Structurele samenwerkingen opzetten die Roosendaal ten goede komen en bijdragen aan het verwezenlijken van de doelstellingen.
- Opzetten en uitvoeren van campagnes.
- Partnerpakketten Roosendaal Citymarketing opzetten.
- Samen met partners efficiënter uitdragen van merk Roosendaal.



Roosendaal maakt het bereikbaar.



Voor de stad, de streek en voor een duurzame toekomst.

VOOR IEDEREEN, EN VOOR JOU.

Markt 6

4701 PE Roosendaal

0165 511224

www.roosendaalcitymarketing.nl



Roosendaal