

PERSBERICHT

Centrummanagement Leiden lanceert 'Trakteer jezelf op Leiden' winkelcampagne

In nauwe samenwerking met Leiden Marketing

Leiden, 24 september 2019 – Gisteravond is in het bijzijn van ondernemers uit Leiden centrum het marketingplan Binnenstad Leiden en de daaruit voortvloeiende winkelcampagne 'trakteer jezelf op Leiden' gepresenteerd. De integrale marketing- en promotie aanpak sluit aan op de gemeentelijke opdracht vanuit de 'Winkelnota Binnenstad Leiden 2018 – 2021'. Centrummanagement Leiden werkte intensief samen met Leiden Marketing. Leidse reclamebureau Hart voor de Zaak ontving de opdracht voor het marketingplan en de nieuwe campagne 'trakteer jezelf op Leiden'.

Trakteer jezelf op Leiden

In de campagne 'trakteer jezelf op Leiden, Stad van Ontdekkingen' wordt Leiden gepositioneerd als een 'beloning, cadeautje'. Uitgangspunten zijn de waardes verrassen, ontmoeten en ontdekken op basis van de kerningrediënten historie, water, stegen, compactheid en evenementen. Met die gegevens is Hart voor de Zaak gekomen tot een campagnestijl in het teken van zien, shop, beleef en proef.

Leiden Marketing rolt nog dit jaar in deze campagnestijl de winkelcampagne uit, waarbij het accent met name op online, social en influencersmarketing ligt. Maar ook de ontwikkeling van bijv. thematische winkelroutes, verspreid op diverse punten in de stad, waaronder VVV Leiden zijn onderdeel van het plan.

Daarnaast wordt een 'toolbox' voor binnenstadsondernemers aangeboden, waarmee zij via eigen uitingen en communicatie (potentiële) klanten kunnen trakteren op korting, aanbiedingen, nieuws en meer. Tegelijkertijd wordt met etalagestickers 'trakteer jezelf op Leiden' – in het thema zien, shop, beleef of proef – de herkenbaarheid van de campagne vergroot.

Sandra Duivenvoorde, interim manager Centrummanagement Leiden: "Wij zijn erg onder de indruk van het gepresenteerde campagnevoorstel en kijken samen met onze achterban uit naar de uitrol ervan. We denken hiermee een unieke en onderscheidende propositie als binnenstad te kunnen claimen."

Ook Marketing Manager Mincke Pijpers van Leiden Marketing is blij met campagne opzet. "Met de winkelcampagne die zich in de eerste instantie grotendeels richt op de regio, denken we de beeldvorming van Leiden als winkelstad goed te kunnen beïnvloeden. Met als resultaat, meer bestedingen in de binnenstad. Bovendien sluit het plan naadloos aan op bestaande Leiden, Stad van Ontdekkingen campagnes."

Onderzoek

Binnen het binnenstadsplan is ook een onderzoekscomponent opgenomen waarmee gekeken wordt op welke doelgroepprofielen de binnenstad zich zou moeten richten. Op deze manier worden toekomstige resultaten van de binnenstadscampagne concreter gemeten en kan de winkelcampagne steeds efficiënter worden ingezet.

Binnenstadsondernemers kunnen zich voor vragen en/of opmerkingen wenden tot Centrummanagement Leiden via www.hetcentrumvanleiden.nl.

Noot voor de redactie (niet voor publicatie): voor meer informatie kunt u zich wenden tot Sofie Dijkhuizen van Centrummanagement Leiden via: sofie@centrumvanleiden.nl of Mincke Pijpers van Leiden Marketing via: mincke@leidenmarketing.nl.

Centrummanagement Leiden

Het doel van Centrummanagement Leiden is om de binnenstad van Leiden bruisend, aantrekkelijk en economisch vitaal te houden.

Leiden Marketing

Leiden Marketing Leiden Marketing is de organisatie om Leiden regionaal en (inter)nationaal op de kaart te zetten als Stad van Ontdekkingen. Daarbij richt Leiden zich op bewoners, bezoekers, talenten en bedrijven en staan de pijlers Cultuur & Kennis centraal. www.leiden.nl.