

marketingplan 2023



LEIDEN &
PARTNERS

Leiden, Stad van Ontdekkingen

Na het jaar waarin Leiden de titel 'European City of Science', wetenschapshoofdstad van Europa droeg, maken we de balans op. We zijn nog steeds die 'City of Science' en wetenschap zit weer bij veel mensen voor in het hoofd. Nog beter dat wetenschap ook steeds meer associeert met de stad Leiden. De plek waar kennis gedeeld wordt, waar ontdekkingen worden gedaan, waar samengewerkt wordt. Die 'Science City' vierde afgelopen jaar een recordaantal congressen, met een indrukwekkende economische opbrengst. We stonden aan het roer van activiteiten op het snijvlak van art & science. Met 'Seeing Stars Leiden' en een Art Science week (van Brave Young Minds tot de Nacht van Ontdekkingen) gaven we mede inhoud aan die European City of Science. De erfenis van dit jaar blijven we koesteren en onze inspanningen zijn erop gericht om Leiden blijvend die wetenschapsstad te laten zijn.

Als een stad van cultuur en kennis geven we inhoud aan kennis, maar ook aan cultuur. Ons vizier is gericht op 2033. Hoe kan een eventuele titel als 'Culturele hoofdstad van Europa' ons cultuurfundament versterken?

In die opmaat kijken we vooruit. Samen met onze partners, want we doen nooit iets alleen, maar altijd alles samen. Doe je weer mee!?



Inhoud

- 1. Organisatiestructuur 5
- 2. Visie & Strategie 7
 - 2.1 Visie 7
 - 2.2 Strategie 8
- 3. Doelstellingen & Doelgroepen 10
- Partnerpakketten Leiden&Partners 48

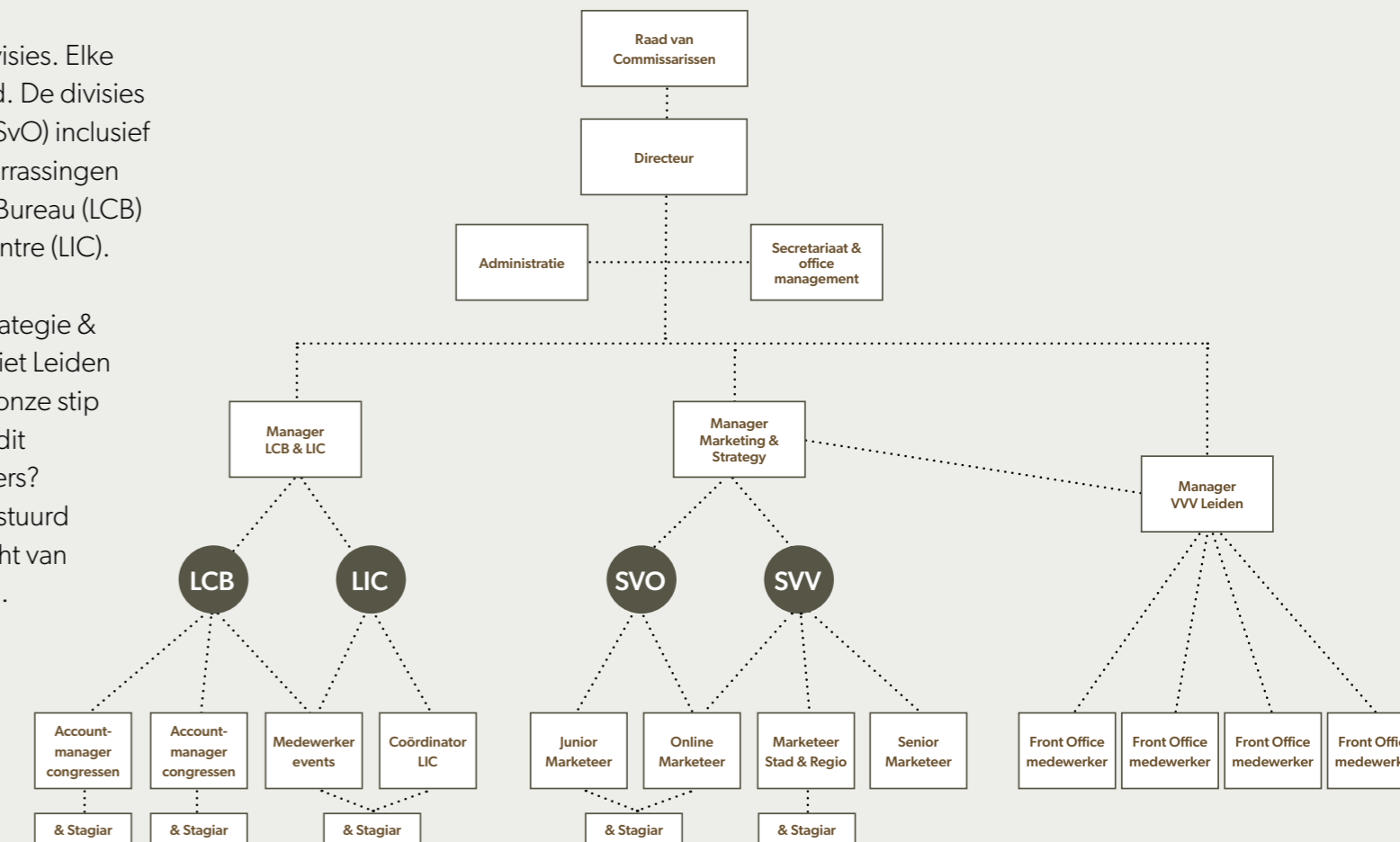
LEIDEN & PARTNERS



1. Organisatiestructuur

Leiden&Partners werkt in divisies. Elke divisie staat voor een werkveld. De divisies zijn, Stad van Ontdekkingen (SvO) inclusief de VVV met een Streek van Verrassingen (SvV), het Leiden Convention Bureau (LCB) en het Leiden International Centre (LIC).

De branding komt voort uit strategie & business development. Hoe ziet Leiden eruit op lange termijn? Wat is onze stip aan de horizon, hoe gaan we dit realiseren en met welke partners? Leiden&Partners wordt aangestuurd door een directeur met toezicht van een Raad van Commissarissen.





2. Visie & Strategie

2.1 Visie

Citymarketing is het integraal vermarkten van de stad als merk, met als doel het positief beïnvloeden van de associaties die de doelgroepen met Leiden hebben. Aan de hand van de pijlers Cultuur en Kennis zetten we in op campagnes en creëren we (beleefbare) producten die daar invulling aan geven. Het merk 'Leiden' moet top of mind zijn bij onze doelgroepen (zie H3).

Het mobiliseren en verbinden van partners en stakeholders en het werken in coalities rond specifieke thema's zien we als voorwaarde om als stad echt integraal te kunnen zijn in wat we zenden, maken, beïnvloeden. Alleen dan komt consequent hetzelfde beeld van Leiden naar buiten. Als Leiden&Partners werken we nooit alleen en doen we alles samen!

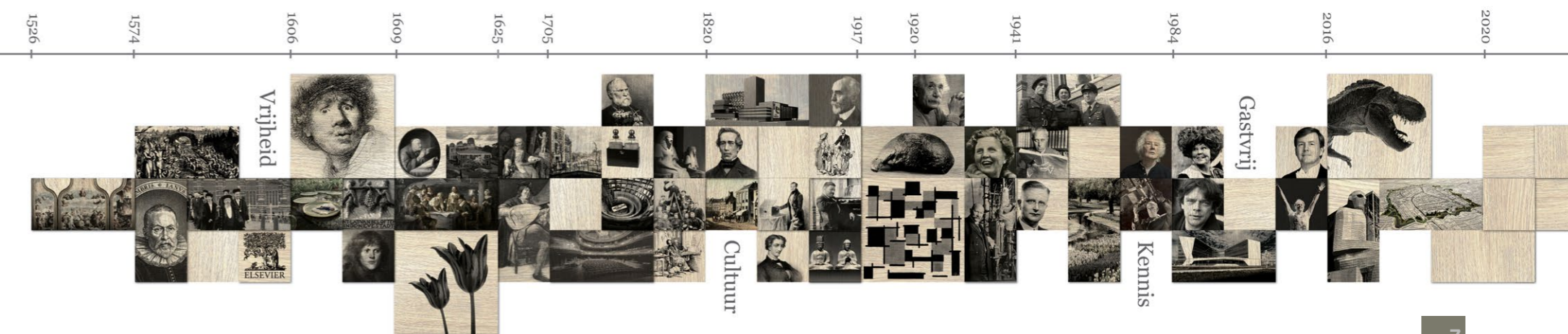
Stad van Cultuur en Kennis, het is een geldige claim:

Brand Story

Leiden is de Stad van Ontdekkingen. Waar Rembrandt en Lorentz hun ontdekkingen deden en toepasten, daarmee anderen als Steen, Lievens en Einstein aanzetten tot grootsheid. Waar Boerhaave en Von Siebold de wereld naar Leiden brachten en de stad teruggaven ter inspiratie voor nieuwe academische inzichten. Waar de oudste Universiteit van Nederland vandaag de dag tot 's werelds beste behoort en haar wetenschappelijke ontdekkingen hebben geleid tot het meest complete Bio Science Park van Europa. Waar haar collecties mede de basis vormen van de dertien musea die de stad rijk is.

Leiden, waar de optelsom van wetenschap en culturele vrijheid leidt tot de komst en bloei van iconen, van Rembrandt tot Armin, van Pilgrims tot T.rex.

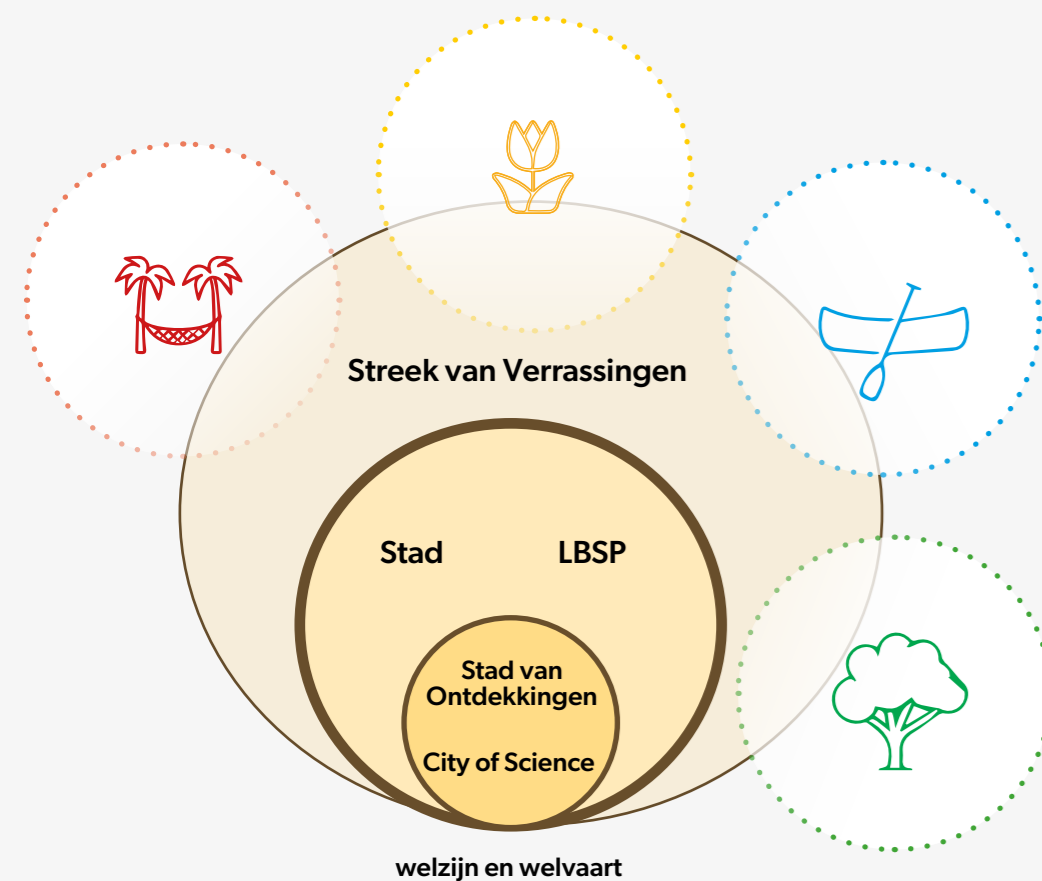
(Voor meer informatie, zie ook 'Visie 2025, het Leids Continuüm')



2.2 Strategie

Leiden heeft voor haar verschillende doelgroepen een rijke propositie, echter niet per se telkens dezelfde.

Deze gelaagdheid ziet er als volgt uit:



Vooruitblik

In de afgelopen jaren zijn onze werkzaamheden, aandachtsgebieden en doelgroepen geleidelijk aan ontwikkeld en verbreed. Met een veelvoud aan samenwerkingspartners ontwikkelen, initiëren en faciliteren we projecten voor bewoners, bedrijven, talenten en bezoekers, gericht op het vergroten van welzijn en welvaart in Leiden en regio.

Dat blijven we in de toekomst ook doen. Strategisch bouwen aan het **welzijn** van bewoners van Leiden. Het ontwikkelen van maatschappelijke en economische groei, realiseren van een kwalitatief hoogwaardig voorzieningenniveau (programmering, horeca, wandelroutes, ov, ...), waarmee een hoge kwaliteit van leven wordt geborgd.

Hiermee dragen we bij aan het **welvaartsniveau** van bewoners van Leiden. We staan voor kwalitatieve economische groei, zodat ondernemers zich kunnen ontwikkelen en werkgelegenheid groeit. Het vergroot de aantrekkelijkheid voor nieuwe bedrijven, winkels en projecten met (inter)nationale uitstraling.

Tegelijkertijd bewaken we de balans en zoeken we evenwicht tussen groei in welzijn en welvaart.

Stadspartners & Handelshuis

Leiden&Partners werkt altijd samen met partners om haar doelstellingen te bereiken. Naast de ruim 80 stads- en regiopartners, agendeert zij samen met 'huisgenoten' Centrummanagement Leiden en Cultuurfonds Leiden een zestal onderwerpen. Het uitgangspunt is daarbij om de stad dynamisch, spannend te programmeren en profileren en samenwerking op alle niveaus soepel te laten verlopen.

- **Denktank**
 - *Ophalen inspiratie en advies in bijeenkomsten met betrokken en deskundige Leidenaren. Discussies over of we Culturele Hoofdstad 2033 willen worden en het versterken van de centrumfunctie van Leiden.*
- **Uitbureau / Leiden Festivals**
 - *Kwartier maken in het evenementen- en culturele veld, subsidieaanvraag voor opstart en eerste samenwerkingsprojecten.*
- **Bezoekerseconomie**
 - *Besluit over implementatie monitoring*
- **Gebiedsontwikkeling Cultuurkwartier**
 - *Organiseren van ondernemers(belangen) & branding*
- **Versterken centrumfunctie**
 - *Inventarisatie nieuwe projecten en afspraken over voortzetten bestaande projecten (Trakteer Jezelf op Leiden)*

Initiatiefnemer

gezamenlijk

gezamenlijk

LEIDEN & PARTNERS

CULTUURFONDS LEIDEN

Centrummanagement Leiden

3. Doelstellingen & Doelgroepen

Doelstelling:

Het imago van Leiden als Stad van Ontdekkingen nationaal en internationaal versterken, waarbij de pijlers Cultuur & Kennis centraal staan, met als doel doelgroepen voor Leiden te winnen en te behouden.

Doelgroepen:



Bewoners

- Bewoners van de stad Leiden
- Bewoners van de Leidse agglomeratie (Oegstgeest, Leiderdorp, Voorschoten, Zoeterwoude en Katwijk) en Streek van Verrassingen
- Nieuwe en gewenste Bewoners



Bedrijven

Leiden&Partners faciliteert en ondersteunt partners in acquisitie- en het behouden van bedrijven. Wij onderscheiden onder andere de volgende partners:

1. Overkoepelende platforms (richting bestaande bedrijven), Economie071, EBZ, VNO/NCW
2. Acquirerende organisaties, LBSP, NFIA, Innovation Quarter (IQ), Gemeente, CML, GOM, D&B Economic Development Board.



Talent

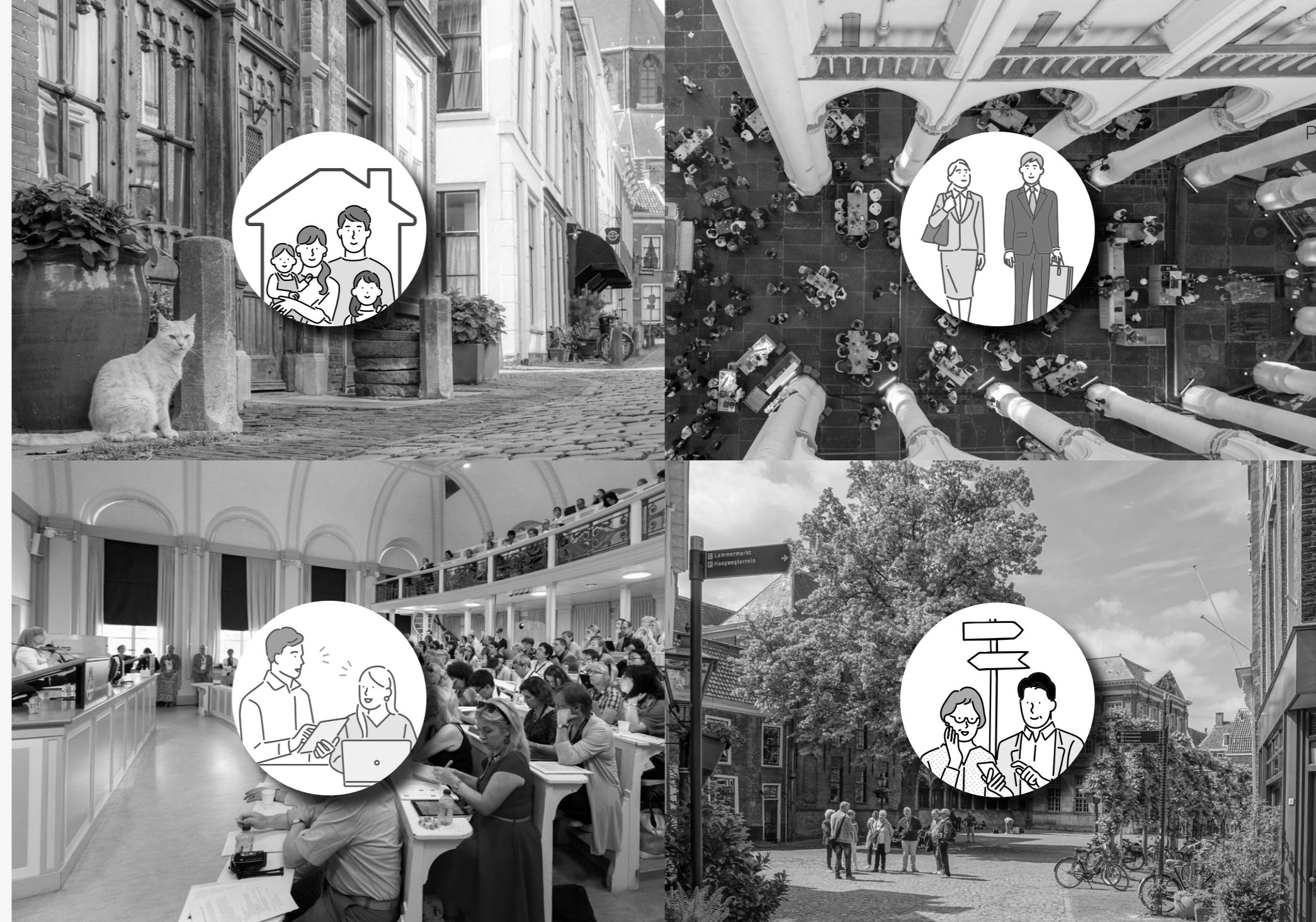
- Kenniswerkers (bestaand, hogeropgeleiden - bij voorkeur hier wonend)
- Kenniswerkers (nieuwe, beoogde)
- Studenten (bestaand)
- Studenten (nieuwe, beoogde)



Bezoekers

- Nederlandse dagbezoeker
- Nederlandse meerdaagse bezoeker
- Buitenlandse dagbezoeker
- Buitenlandse meerdaagse bezoeker
- Zakelijke bezoeker (meerdaags, nationaal en internationaal)

Het marketingplan 2023 is te downloaden (pdf) op leidenenpartners.nl.



kernwoorden

De kernwoorden in dit plan representeren de domeinen waarop Leiden&Partners actief is. Deze domeinen zijn Betrekken, Betoveren, Beleven, Bedienen en Bewijzen.

Betrekken

er zich verbonden mee voelen, onderdeel van uitmaken

Betoveren

onder invloed brengen en de aandacht helemaal vasthouden

Beleven

het ervaren van iets

Bedienen

voorzien van

Bewijzen

laten zien dat iets zo is

Bewijzen



Betrekken



Betoveren & Beleven



Bedienen



Betrekken



Betrekken

er zich verbonden mee voelen, onderdeel van uitmaken

Alles wat **Leiden&Partners** initieert, organiseert of activeert gebeurt in samenwerking met partners. De organisatie heeft de belangrijke taak om haar achterban te inspireren, motiveren en informeren over haar activiteiten. Maar bovenal te **betrekken** bij haar organisatie. Dat doet zij organisatiebreed o.a. met:

Founding partners

Leiden&Partners is opgericht door 20 stadspartners, waaronder de founding partners Universiteit Leiden, Rabobank Leiden, mboRijnland, gemeente Leiden en Arriva. Met al deze partners zijn wij regelmatig in contact en maken wij een-op-een afspraken over de onderlinge samenwerking en ambitie.

Hoteloverleg

Leiden&Partners schuift met regelmaat aan bij het Leidse Hoteloverleg, waar de meeste Leidse hotels, maar ook hotels uit de regio bij zijn aangesloten. Om te klankborden over het marketing-uitvoeringsplan, trends, ontwikkelingen, data en meer.

Congresconvenant

Samen met congres- en meetinglocaties in de stad profileert het Leiden Convention Bureau Leiden als een internationale kennisstad. Met de gezamenlijke ambitie om (inter)nationale congressen naar Leiden te trekken en in de top 5 van de ICCA-ranking te staan.

Congresambassadeurs

Het Leiden Convention Bureau initieert, beheert, faciliteert en onderhoudt een netwerk van inmiddels 120 congresambassadeurs. Vaak hoogleraren en wetenschappers binnen het Leidse werkveld die op het juiste moment onze kennisstad als congresstad naar voren schuiven.

Leiden International Centre (LIC)

Het LIC (voorheen Expat Centre Leiden) is een non-profitorganisatie die in samenwerking met tien partners in Leiden & regio internationale kenniswerkers een warm welkom biedt. Ook ontzorgen zij internationale bedrijven en kennisinstellingen in zes verschillende fases: talent, orientation, coming, settling, living en leaving. Het LIC is een initiatief van Leiden&Partners.

Denktank

Samen met partijen in de stad wordt gekeken naar logische 'themajaren' voor Leiden en welke energie van wie er op dat thema zou moeten zitten. Op deze manier komt er een evenwichtige stadsagenda tot stand met draagvlak en samenwerking van verschillende partijen.

Centrummanagement Leiden (CML)

Leiden&Partners werkt nauw samen met CML op vraagstukken rondom de binnenstad. De organisaties versterken elkaar op tal van onderwerpen om de binnenstad economisch vitaal en aantrekkelijk te houden.

Cultuurfonds Leiden

Het Cultuurfonds Leiden en Leiden&Partners vinden elkaar in initiatieven die invulling geven aan het profiel van Leiden als cultuurstad. De Leidse Uitagenda en de Agenda in Potlood zijn daar voorbeelden van.

Gemeente Leiden

Leiden&Partners en de gemeente Leiden werken op vele domeinen samen. Van de visie op de bezoekerseconomie en de visie op internationalisering tot bereikbaarheid, evenementen, citydressing, gastvrijheid, regiosamenwerking, jongeren, onderwijs en meer.

Strategisch partnerschap StudentenStad

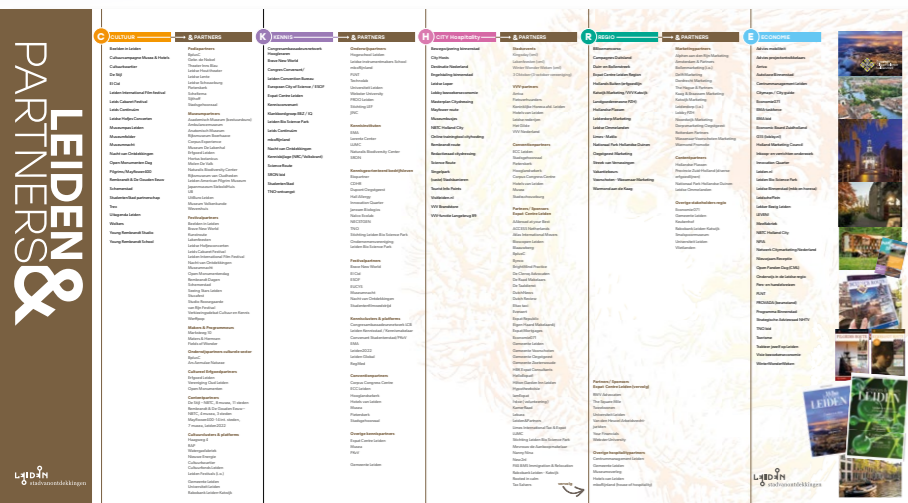
Een strategisch partnerschap van de Leidse studentenverenigingen, de Plaatselijke Kamer van Verenigingen (PKvV), gemeente Leiden en Leiden&Partners waarin de verbinding tussen student en stad in de breedste zin centraal staat.

Musea / Cultuurcampagne

Acht Leidse musea (inclusief CORPUS) verbinden zich al 6 jaar op rij samen met Leiden&Partners aan het profileren van Leiden als cultuur- en museumstad.

Streek van Verrassingen

In een coalitie van 5 gemeentes (Leiden, Katwijk, Voorschoten, Wassenaar, Oegstgeest), wordt door Leiden&Partners samengewerkt aan het positioneren van Leiden en regio als een Stad van Ontdekkingen met een Streek van Verrassingen en een zee aan mogelijkheden.



Betrekken

Regiorol

Leiden&Partners is de spil in de regio, waar gemeentes gebruik kunnen maken van de 'backoffice' van Leiden&Partners. Naar buiten toe wordt de gemeente vertegenwoordigd door een eigen gezicht. Achter de schermen voorziet Leiden&Partners in online support, pers & pr, vormgeving, data en rapportering en meer.

Leiden Bio Science Park

Zowel met de Ondernemersvereniging als met de Stichting LBSP slaat Leiden&Partners de handen ineen om de positionering en branding van dit Innovatiedistrict in Leiden te versterken. Of dat nu gaat om het LSBP te verbinden met de binnenstad, (inter)nationaal talent aan te trekken en te behouden of het LBSP (inter)nationaal in de etalage te zetten. Maar ook, hoe kunnen we onze ambassadeurs inzetten om een eenduidig verhaal te vertellen?

Met al deze partijen zijn wij dagelijks in contact.

Daarnaast informeren wij ze via onze:

- Maandelijks Leiden&Partners update
- LinkedIn
- Jaarverslag



Leidsche Plein

Het partnerevenement van Leiden&Partners waar belanghebbenden uit verschillende sectoren elkaar ontmoeten. Leiden&Partners informeert en enthousiasmeert aanwezigen met gastsprekers, presentaties, discussies en meer over Leiden & regio.



Leiden Awards

De Leiden Awards erkent partners die op een mooie manier Leiden onder de aandacht brengen. Aandacht voor de stad op een online pagina? Distributiepoint voor leuke Leidse activiteiten? Het gebruik van de prachtige foto's in onze beeldenbank? Nominer jezelf of laat je nomineren en maak kans op de Leiden Award. Alle inzendingen worden door een deskundige en onafhankelijke jury beoordeeld. Winnaars worden beloond!



Social media

Het zit al in de naam 'social'. Al onze social kanalen betrekken. Mooie plaatjes van de stad, filmpjes en UITTIPS, ontwikkelingen en nieuws.

Betoveren & Beleven

Betoveren

bekoren en de aandacht helemaal vasthouden

Leiden positioneert zich als een stad van cultuur & kennis en heeft veel onderscheidends te bieden op dit vlak. Met haar aanbod kan zij bewoners, bedrijven, bezoekers en talenten betoveren en verleiden. Om zich te vestigen, te ondernemen, er te studeren of te bezoeken.

Beleven

het ervaren van iets

Eenmaal betoverd door Leiden en in Leiden, ligt het accent op beleven. Wat is er te doen, te ondernemen, te ontdekken? Of je nu student/talent bent, bewoner, bezoeker of werknemer, wat beloofd wordt, moet beleefd worden.

Betoveren & Beleven voor en in de Stad van Ontdekkingen

Leiden, Stad van Ontdekkingen **betovert** en voert al jaren integraal campagne op de pijlers cultuur en kennis:

Cultuur

- Cultuur/musea
- 17e eeuw met Rembrandt & Pilgrims
- UITagenda
- Studenten - en Universiteitsstad
- Festivals

Kennis

- Leiden als City of Science
- Studentenstad
- Kennisfestivals
- UITagenda

Cultuurcampagne

De cultuurcampagne krijgt voor het 7e jaar op rij invulling in nauwe samenwerking met de musea van Leiden en DPG Media. Hotels versterken de samenwerking door de verbreding in een cultuurweekend weg.

Het Leidse culturaanbod wordt jaarrond zichtbaar gemaakt via de kanalen en mediatitels van DPG Media (online, print, beurzen, nieuwsbrieven en socials).



Door nieuwe exposities van musea te koppelen aan de stad en aan concreet boekbaar aanbod, positioneren we de stad als een ware culturstad. DPG Media voert jaarlijks onderzoek uit naar de effectiviteit van de campagne.

Verschillende varianten 'tag ons':

- **Bezoek nu de expositie 'Sapiens' in Naturalis. Dit mag je niet missen! Ontdek Leiden, Stad van Ontdekkingen, via Leidenontdekjenu.nl (optionele campagne url)**
- **Zin in een weekendje cultuur? Museum of theaterbezoek of een leuke stadswandeling. Boek een lekker weekendje Leiden, Stad van Ontdekkingen via Leidenontdekjenu.nl**
- **Terug naar de 17e eeuw? Dat kan tijdens de De Leidse Rembrandt Dagen 8 en 9 juli. In Leiden, Stad van Ontdekkingen. Neem een kijkje op Leidenontdekjenu.nl.**

De content kan doorgezet worden via social kanalen als Instagram, FB, TikTok en via online pre rolls en bannering.



De jonge Rembrandt betovert

Rembrandt is de bekendste zoon van Leiden en Leiden&Partners blijft investeren in de associatie Leiden & de jonge Rembrandt

De Jonge Rembrandt

Vanuit de samenwerkingen, totstandgekomen in het 'Rembrandt & de Gouden Eeuw jaar' in 2019, trekt Leiden&Partners op met een aantal andere 17e eeuwse steden om 'the Dutch Era' onder de aandacht te brengen van de buitenlandse bezoeker. De focus blijft ook in 2023 op dichtbij markten binnen Europa (Duitsland, Vlaanderen en de UK).

- Pers en PR



Rembrandt trakteert op Leiden

rondom de geboortedag van de jonge Rembrandt (15 juli) samen met Centrummanagement Leiden en binnenstadondernemers. Met betoverende aanbiedingen wordt enerzijds landelijk aandacht gevraagd voor de geboortedag van Rembrandt en de associatie Rembrandt/Leiden en tegelijkertijd wordt er een accent gelegd op conversie/beleving richting binnenstadondernemers, musea en culturele activiteiten voor de meer lokaal/regionale inwoners.



De Leidse Rembrandt Dagen

In samenwerking met verschillende stadspartners heeft Leiden&Partners de ambitie om de Leidse Rembrandt Dagen aan te jagen en op marketingcommunicatiegebied te ondersteunen. Deels vanuit de Cultuurcampagne, maar ook in de marketingcommunicatie richting regiobezoekers en op nationale en internationale schaal. De Leidse Rembrandt Dagen hebben potentie om uit te groeien tot een evenement met nationale en internationale allure. Denk aan:

- Outdoor
- Campagne met NS en uitgave SPOOR/ANWB en als onderdeel van de cultuurcampagne
- Lezersaanbiedingen
- Ondersteuning in beeld – en filmmateriaal
- Online campagne (socials, bannering, Google Ads, etc)

Pilgrim history - Mayflower

In navolging van het jaar 2020 waarin het 400 jaar geleden was dat de pilgrims de oversteek maakten naar de nieuwe wereld, zagen we in 2022 maar ook in 2023 weer een toename in de bezoekersaantallen op het gebied van cultuur en erfgoed uit de VS en UK.

De tijd lijkt goed om voorzichtig die internationale bezoeker weer te betoveren i.s.m. onze partners in de UK met o.a:

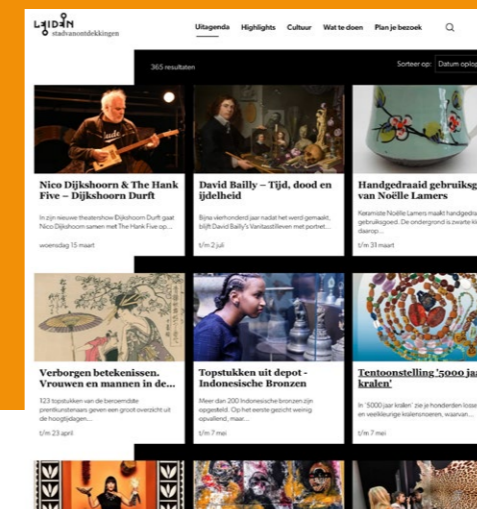
- Lancering van KLM sales platform
- Contacten met internationale touroperators over arrangementen richting de individuele cultural heritage bezoeker
- Pers en PR
- Versterken van de opgebouwde social community
- Thema meenemen in de Rembrandt positionering NBTC waar relevant
- Bezoekers kunnen de 17e eeuw beleven door de Rembrandt- of Pilgrim-route te lopen, het Pilgrimuseum, de Hortus botanicus of Pieterskerk te bezoeken.



UITagenda

In 2022 is de nieuwe UITagenda geïntroduceerd. In 2023 lanceert Leiden&Partners een brede, ludieke campagne onder bewoners om de UIT mogelijkheden in Leiden onder de aandacht te brengen. Met prikkelende slogans op ‘onverwachte plekken’ komen bewoners in aanraking met de UITagenda. Denk aan:

- **Uiting bij de tandartsenpraktijken:** ‘Heb jij nog een gaatje voor een leuke Leidse activiteit?’ Je vindt het op [Leiden.nl/UITagenda](https://leiden.nl/UITagenda)
- **Uiting bij dierenartsen:** ‘Laat jij jezelf ook wel eens uit? Voor de leukste uitjes ga je naar [Leiden.nl/UITagenda](https://leiden.nl/UITagenda).
- **Uiting bij kapperszaken:** ‘Wat zie je er goed uit! Tijd voor een uitje. Ga naar [Leiden.nl/UITagenda](https://leiden.nl/UITagenda).
- **Bij de dokter** ‘schrijven we Cultuur voor’.



De outdoor uitingen worden gecombineerd met eenabri – en of printcampagne in lokale en regionale media.

Daarnaast wordt ingezet op:

- Culturbloggers/influencers cultuur te laten beleven en te laten delen met hun achterban
- Een cultuur- of UITmaand te introduceren
- Studentenambassadeurs te betrekken
- Instawalks te organiseren met thema cultuur
- Fysieke UITagenda/drukwerk met QR-codes die linken naar online aanbod
- Tiquets doorontwikkelen in 2023
- UITagenda vertaalbaar maken naar Engels en Duits
- Citydressing
- Advertising via LEVEN!

In 2023 is het mogelijk om via een cms, content, dus ook UITagenda content op schermen extern te implementeren. Dit betekent dat op deze manier de UITagenda i.s.m. de exploitant zichtbaar gemaakt kan worden op plekken waar een scherm hangt (gemeentehuis, horeca, hotels, musea, etc).



trakteer jezelf op Leiden

'Trakteer jezelf op Leiden, Stad van Ontdekkingen'

De binnenstad van Leiden is een unieke plek om te recreëren, musea te bezoeken, te winkelen en elkaar te ontmoeten. Samen met Centrummanagement Leiden en de gemeente Leiden ontwikkelde Leiden&Partners de campagne 'Trakteer jezelf op Leiden' om met name regiobewoners te wijzen op de Leidse beleving en mogelijkheden in de binnenstad. Door meerjarig actief campagne te voeren met influencers, on- en offline zichtbaarheid, inspelend op momenten en de invoering van een Leidse traktee kaart, worden regiobewoners verleid de Leidse binnenstad als huiskamer van de regio te ervaren.

In 2023 wordt ingezet op meer interactie met ondernemers, de wekelijkse markt en integrale communicatie.



Leiden StudentenStad

Leiden is een studententstad met jaarlijks 30.000 studenten waarvan 4.800 internationaal. I.s.m. de Universiteit Leiden, maar ook met onderwijsinstellingen als Hogeschool Leiden en mboRijnland, en de gemeente wil Leiden&Partners studenten werven, laten studeren in Leiden en na hun studie behouden voor het bedrijfsleven in en rondom Leiden en hiermee levenslange ambassadeurs voor Leiden creëren. Leiden is immers de leukste studententstad van Nederland!

- Actiever via El Cid met de studentenpopulatie communiceren
- Meer samenwerking en invulling via mboRijnland en Hogeschool Leiden (Open Dagen, Ouderdagen, Leiden 'dips')
- Studenten actief betrekken bij evenementen en stedelijke ontwikkeling projecten
- I.s.m. de diverse onderwijsinstellingen een eenduidige aanpak in alle externe uitingen (open dagen, voorlichtingsdagen) waarbij studie- en stadskeuze elkaar versterken.
- Doorontwikkeling van het studentenplatform (studentenstadleiden.nl) – de plek waar de (aankomende) student op overzichtelijke en aantrekkelijke wijze informatie vindt over het Leidse studentenleven.

Voorzien van voldoende informatie, met tips&tricks over Leiden, een activiteitenagenda, een keuzewijzer van alle studentenverenigingen en overige praktische tips. In het verlengde hiervan investeert L&P in het Leids Cabaret Festival, Stukafest, LIFF en Museumnacht.

Leiden, rijke Onderwijsstad

Een serie van portretten en verhalen van docent/talent laat zien wat lesgeven, doceren, je ontwikkelen in Leiden met die rijke leeromgeving, zo uniek maakt. Leiden&Partners draagt, samen met de gemeente Leiden en onderwijsinstellingen, bij aan de branding van het onderwijs binnen Leiden en regio middels een toolbox waarmee onderwijsinstellingen talent kunnen werven. In 2023 blijft Leiden&Partners sparringpartner en hoopt op een doorontwikkeling van de toolbox en portrettenserie. Tegelijkertijd wordt een campagne uitgerold om meer onderwijstalent te werven voor de stad.



&Cultuurkaart

De &Cultuurkaart ontsluit het culturele aanbod in Leiden voor Leidse studenten aan een database van ruim 7.000 studenten die zich via hun verenigingen hebben aangemeld. In 2023 wordt een nieuwe vorm geïntroduceerd voor de &Cultuurkaart. Een vorm die ook door studenten van het MBO en HBO gebruikt wordt. In 2023 wordt er een 'studentencampagne' uitgerold om het contact met de studentenpopulatie (in brede zin) te versterken en specifiek 'studentenproducten' te ontwikkelen i.s.m. deze groep.

- Cultuurambassadeurs binnen de studentenverenigingen creëren
- Ontsluiting &Cultuurkaart aanbod via studentenstadleiden.nl (white label UITagenda)
- Herpositionering van studentenstadleiden.nl
- Podcastserie ontwikkelen specifiek op de doelgroep 'Studenten' (denk aan bijv. een podcast met de duur van de looptijd van Leiden CS naar de Universiteit, Hogeschool of mboRijnland vestiging).

Kennisbijlage Volkskrant/NRC

Als 'City of Science' blijven we kennis, ontdekkingen en ontwikkelingen in Leiden samen met kennispartners en instellingen onder de aandacht brengen bij de lezersdoelgroep waar Leiden al jaren een relatie mee onderhoudt. I.s.m. de gemeente Leiden, Leiden kennisstad, Universiteit Leiden, Leiden Bio Science Park, Hogeschool Leiden, Naturalis en Rijksmuseum Boerhaave wordt ook in 2023 een kennisbijlage uitgegeven.

Om dit te versterken wordt de bijlage gecombineerd met een online (banner) campagne om aandacht te vragen voor Leiden als een City of Science, waar talent de kans krijgt zich verder te ontwikkelen.



Betoveren & Beleven voor en in de Streek van Verrassingen

Streek van Verrassingen

Een Stad van Ontdekkingen, in een Streek van Verrassingen met een Zee aan mogelijkheden. Samen met de gemeentes Katwijk, Voorschoten, Wassenaar en Oegstgeest positioneert Leiden&Partners de regio al vier jaar op rij richting regiobewoners en Duitse en Belgische toeristen. De samenwerking is succesvol en ook gelegenheidspartners als NP Hollandse Duinen, Kaag & Braassem, Zoeterwoude en Teylingen zoeken de regiopositionering op. In 2023 wordt voortgeborduurd op het betoveren van deze bezoekers. Hier komen de ingrediënten water (zee, grachten) en bloemen (tulpen, Keukenhof) samen. Voor 2023 staat in de planning:

- Uitgifte gratis huis aan huis magazine 'Proef de Streek'
- Doorontwikkeling website
- Doorontwikkeling arrangementsontwikkeling
- Doorontwikkeling productontwikkeling (verschillende types)
- Ontwikkelen van een streekproducten-route door de regio
- Doorontwikkeling 'streek community'
- Pers & PR
- Ontwikkeling Strava route voor iedereen die van een sportieve uitdaging houdt
- Nauwere samenwerking met Arriva
- Nauwere samenwerking met Keukenhof
- Merkactivaties doorvoeren in de regio (als alternatief voor het streekhuisje)
- (Online) campagnes in DL en BE



Beleven

Beleven

Als je betoverd bent door Leiden, kom je de stad daadwerkelijk beleven. Die beleving krijgt invulling door de stad Leiden zelf met haar cultuurhistorische binnenstad, maar ook door evenementen, wandelingen, festivals, de markt en het aanbod daaromheen.

Winter Wonder Weken

Vanaf half november staat verwondering in de binnenstad van Leiden centraal. Als partner van Centrummanagement Leiden verzorgt Leiden&Partners de marketingcommunicatie rondom de Winter Wonder Weken om zo bewoners en regiobezoekers de binnenstad te laten bezoeken. Het accent ligt op de beleving van winterse activiteiten (kerstmarkt, ijsbaan, nostalgische kermis), waarbij met name bewoners en regiobezoekers verleid worden om in de binnenstad te winkelen en te genieten van het historische stadshart.



Winter Wonder Weken Leiden

- 1 Drijvende Ijsbaan
9 december t/m 8 januari
Nieuwe Rijn
- 2 Nostalgische Kermis
9 december t/m 8 januari
Garemarket
- 3 Nostalgische Kerstmarkt
15 t/m 18 december
Hooilandse Kerkgracht
- 4 Korenwekenden
10 en 17 & 18 december
Binnenstad
- Rotary Santa Run
15 december
Binnenstad
- Books & Bites
17 december
Pieterskerkhof

Parkeer in de garages

LEIDEN stadvanontdekkingen

leiden.nl/winterwonderweken

Voetenwerkjes

De ultieme manier om een stad te beleven is te voet. In 2022 is de populaire wandelroute de 'Leidse Loper' herzien en geüpdatet i.s.m. het programma binnenstad binnen de gemeente Leiden. De route is in lijn gebracht met de serie Pilgrim Route en Rembrandt Route. In 2023 wordt de Hofjeswandeling in lijn gebracht met de nieuwe vormgeving.

TikTok, LinkedIn, Instagram en podcast routes

Social media blijft populair en een snelle, relatief goedkope manier om aandacht te vragen en snel een groot bereik te realiseren. Bovendien is het perfect meetbaar. In 2022 is Leiden&Partners gestart met de ontwikkeling van social media routes voor een andere beleving van Leiden, gericht op jongeren en ondernemers:

Tik Tok Route

Avontuurlijke tocht met allerlei uitdagingen.

LinkedIn Route

Duikt dieper in het rijke ondernemersverleden en heden van Leiden.

Instagram Route

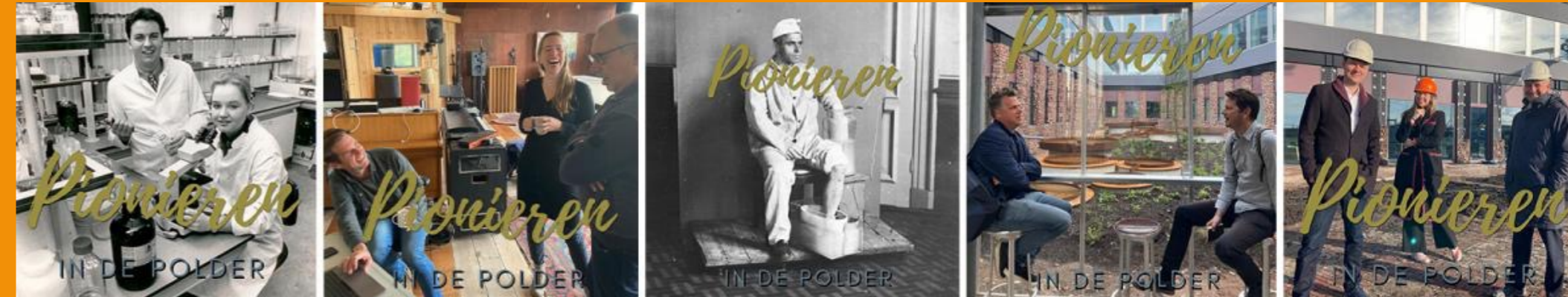
Hier kom je langs de meest fotogenieke plekken van Leiden.

Podcast Route

Deze worden doorontwikkeld op basis van thema's.



Het jaar 2022 als European City of Science heeft een aantal blijvende producten voortgebracht die de kennisbeleving borgen. Zoals de kennisagenda binnen de UITagenda van Leiden.nl en de kennisagenda op LCB. Maar ook de Science Route die vanaf 2023 als een verkoopbaar product bij de VVV wordt aangeboden.



Podcast 'Pionieren in de polder'

Leiden&Partners investeert samen met het Leiden Bio Science Park in de podcast 'Pionieren in de polder', een podcastserie over pioniers op het Leiden Bio Science Park, te beluisteren via Spotify. Hoe is dit innovatiedistrict – een van de belangrijkste centra van medicijnontwikkeling in Europa – ontstaan? Wie waren de pioniers? Inspirerende wetenschappers en ondernemers staan centraal.

Leiden&Partners neemt de podcast mee in haar kanalen:

- Social
- Nieuwsbrieven
- Website
- Kennisbijlages





Arts & Science Week

In september vinden evenementen en activiteiten plaats op het snijvlak van cultuur & kennis, arts & science. Denk aan Brave New World, Brave Young Minds en de Nacht van Ontdekkingen. Hierbij ligt het accent op 'jong talent': jonge makers, jonge kunstenaars, jonge onderzoekers.

- Een uitdagende programmering in september 2023
- Locatie Rapenburg/Universiteitsgebouwen
- Inzet op dagarrangementen en langer verblijf
- Laagdrempeliger, toegankelijker en inclusiever
- Kinderprogramma



Citydressing

Leiden&Partners voorziet samen met de gemeente Leiden in het 'kleuren van de stad', onderdeel van de beleving. Dat doet zij met het beheer van de citydressing-kanalen:

- Culturele muppen
- Baniervlaggen
- A4 billboard
- Digitale schermen abri's
- VVV
- Parkeergarages
- Haagweg shuttle service
- Wagenparkbeheer gemeente Leiden (pending)
- Informatiezuilen parkeergarages/terrein Lammermarkt, Garenmarkt, Haagweg
- NS Stationshal (pop up, billboard, joint promotions)

De kleuring van de stad gebeurt in overleg met de Redactieraad, gevormd door deelnemers gemeente Leiden, Centrummanagement Leiden, Cultuurfonds en Leiden&Partners. Er is ook ruimte om generieke boodschappen uit te dragen ten behoeve van de stad zoals Leiden cultuurstad, een specifiek welkom aan een belangrijk congres, opening cultuurseizoen, etc.

De eerdergenoemde output via TV-schermen kan ook ingezet worden voor citydressing opties:

- Welkom aan delegates in hotels
- Relevante programma's
- Activiteiten en tips delen



Bedienen



Bedienen

voorzien van

Wie eenmaal in de stad is om Leiden te beleven, wil ook goed bediend worden. Voorzien van de juiste informatie, geïnspireerd, vragen kunnen stellen en op de hoogte worden gebracht van de laatste activiteiten. Want:

een tevreden bezoeker blijft langer, besteedt meer, komt vaker terug en is wordt ambassadeur van de stad. Een gastvrije stad heeft een positieve invloed op de levenskwaliteit van bewoners en versterkt het vestigingsklimaat voor bedrijven en werknemers. Gastvrijheid draait om het managen van de stadsbeleving van Bezoekers, Bewoners, Bedrijven en Talenten.

VVV Brandstore Leiden

- Leiden heeft een goed bezocht VVV inspiratiepunt dat pre corona stond voor gemiddeld 120.000 bezoekers per jaar. Hier worden bezoekers en bewoners geïnformeerd, geïnspireerd en doorverwezen naar partners in de stad.
- De VVV Brandstore is tevens distributiepunt van drukwerk en beeld- en filmmateriaal van partners in de stad en regio (schermen, folderrekken, ipads, etc).
- De VVV Brandstore is verkoop- en inwisselpunt van diverse cadeaukaarten (VVV-bon, bioscoopbon, dinerbon) maar ook van de Leidse Trakteerkaart, speciaal voor Leidse ondernemers.
- In 2023 gaat meer aandacht uit naar de bewoners van Leiden en een kennismaking met de VVV Brandstore (wandelingen met locals).
- VVV Brandstore Leiden is een Arriva informatie- en verkooppunt. Medewerkers voorzien bezoekers van ov-informatie en tickets.

Bedienen in en voor de Stad van Ontdekkingen

De binnenstad telt 12 informatiepunten bij ondernemers (ondersteund door de VVV) als distributiepunt voor drukwerk, die tevens een adviesrol hebben richting bezoekers.

- De Young Rembrandt Studio in het centrum, wordt bemand door VVV-medewerkers. Naast de gratis Rembrandt Experience, fungeert deze plek als VVV-informatiepunt.
- Visitleiden.nl beschikt over een online live chatfunctie die bemand wordt door VVV-personeel. Bezoekers kunnen hier eenvoudig online vragen stellen en krijgen meteen antwoord.
- In 2022 is contact gelegd met de havenmeesters van Leiden. In 2023 zijn zij ook een volwaardig informatiepunt om waterrecreanten te voorzien van informatie over de stad.
- Optie om middels 'automaten' op verschillende plekken te distribueren (citymaps, gadgets, info, etc).
- Bekijk hier het jaarplan van de VVV-brandstore hoe meer bezoekers te trekken en conversie te genereren.



Drukwerk

Leiden&Partners produceert drukwerk zo duurzaam mogelijk, brengt oplages omlaag waar het kan en verwijst via QR-codes door naar online informatie platformen.

- Museumfolder nieuwe stijl (verschijnt 2 x per jaar in een oplage van 2 x 35.000 ex): wordt verspreid via VVV Leiden, musea, hotels, regio
- Museumpassen
- Citymaps (oplage van 200.000 ex)
- City guide (oplage van 50.000 ex)
- Tassen
- Fietsroutes
- Trakteerroutes
- Proef de Streek magazine

Voor 2023 kijken we ook naar thematische drukwerkuitingen en dan met name voor kinderen en gezinnen, inhakend op bijvoorbeeld de vakantieperiodes. Denk aan een samenwerking met de Vakantiepas, Doe-boeken etc.

Bedienen in en voor de Stad van Ontdekkingen



Social media

Socials media blijven een must om te betrekken, enthousiasmeren en inspireren. In 2023 wordt nog meer ingezet op:

- Twee nieuwe kanalen: TikTok (@stadvanontdekkingen) en Pinterest
- Webcare actiever oppakken
- Reviews organisatiebreed stimuleren via Trustpilot en partners
- Mogelijk bedrijfs Whatsapp voor VVV installeren
- Jaarrond SEO en SEA inzetten
- Tips van 'locals' initiëren

29.512 volgers

19.200 volgers

@ontdekLeiden 7.156 volgers

Leiden&Partners 1.674 volgers

Stad van Ontdekkingen 1.011 volgers

2.000 volgers

474 abonnees

Cityhosts

In 2022 is een nieuw team aan cityhosts aangesteld i.s.m.

Centrummanagement Leiden en de gemeente Leiden. De cityhosts

geven bezoekers een warm welkom aan de stad en worden ingezet om:

- Informeren en inspireren van bezoekers op drukke locaties in de weekenden
- Het sturen en spreiden van bezoekers in de binnenstad
- De inzet van cityhosts bij belangrijke evenementen of congressen

De cityhosts zijn getraind door de VVV, duidelijk herkenbaar met de I van informatie, meertalig, en voorzien van digitale en traditionele materialen en dito transport.



VVV Webshop

In 2023 wordt werk gemaakt van een VVV-webshop. Op deze manier kan Leiden ook van ver in huis gehaald worden:

- Verkoop Leidse wandelroutes
- Leidse producten
- Tickets
- Spellens Etc.

Hier kan ook de kruisbestuiving gevonden worden met welkomstpakketten voor congresdelegates.

Websites & nieuwsbrieven

Leiden&Partners beheert en communiceert via diverse online platformen. Hiermee betreft en bedient Leiden&Partners diverse doelgroepen:

Visitleiden.nl

- Uit in Leiden nieuwsbrief

Leidenconventionbureau.nl

- Ambassadeurs nieuwsbrief
- LCB update

Streekvanverrassingen.nl

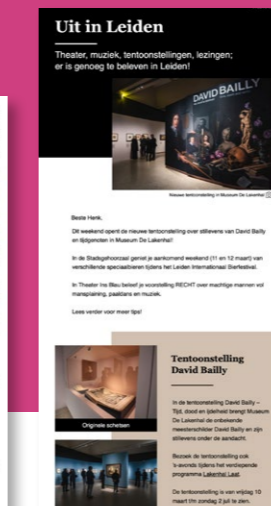
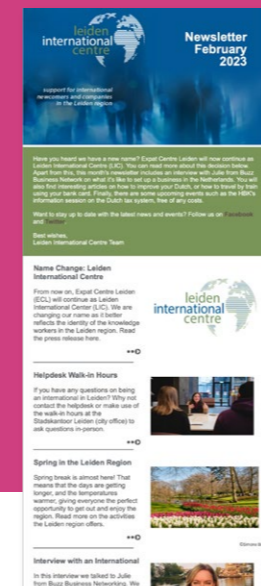
- Proef de Streek nieuwsbrief

Leidenenpartners.nl

- Leiden&Partners update

Leideninternationalcentre.nl

- Expat Newsletter
- Corporate Newsletter



Fileflow

De allermooiste fotos van Leiden staan kosteloos én rechtstreeks in de online beeldenbank Fileflow. Op dit moment maken zo'n 200 organisaties en personen gebruik van Fileflow. Voor toegang mail je naar: marketing@leidenenpartners.nl.



Partnerpakketten

Leiden&Partners doet niets alleen, maar altijd alles met partners. Partnerships bestaan in verschillende vormen. Van een basispartnerschap tot aan grootschalige samenwerkingen en campagnes. Elke partner neemt minimaal een basispartnerschap af. Dat kan al vanaf € 350. Meer informatie over onze partnerships lees je op pagina 48.

Betoveren, Beleven, Bedienen en Bewijzen voor en in de Stad van Ontdekkingen vanuit het Leiden convention Bureau (LCB)

Leiden Convention Bureau (LCB) 4e congresstad van Nederland

Het Leiden Convention Bureau betovert potentiële congresorganisatoren op o.a. het domein Life Sciences & Health met onze aantrekkelijke kennis- en cultuurstad en verleidt ze juist hier een congres te organiseren. Door het aantrekken van wetenschappelijke congressen laden we Leiden als 'City of Science'. De economische spin off van de congresbezoeker is ook groot (circa 400 euro per dag besteding waarvan 70% lokaal). Met het ambassadeursnetwerk en research is de ambitie om structureel in de top 5 van de ICCA-ranking te staan. Over 2021 stond Leiden op de 4e plaats en 2022 was een recordjaar m.b.t. het aantal congressen in Leiden.

In 2023 investeert het LCB vooral in toekomstige kansen en research op potentiële congressen voor 2024 en verder. Naast de reguliere taken als...

- Het opstellen van bidboeken voor potentiële congressen
- Het faciliteren van congresambassadeurs bij verwerven van congressen
- Het deelnemen aan internationale vakbeurzen
- Het organiseren van site inspecties bij partners binnen het congresconvenant

LEIDEN CONVENTION BUREAU

...heeft het LCB zich voorgenomen tot:

- het partners met een derde organisatie om te komen tot een geautomatiseerd pre- en posttour systeem, waarbij het verblijf van congresdelegates verlengd wordt met à la carte opties voor congresbezoekers
- het implementeren van een venuefinder op leidenconventionbureau.nl waarbij het eenvoudig wordt om locaties te vergelijken of aan elkaar te koppelen (via plattegrond) zodat de congrescapaciteit sneller zichtbaar wordt, zowel voor congres- als vergaderlocaties
- investeren in beeld – en filmmateriaal
- activiteiten initiëren in co-financiering met partners in de stad (beurzen/events)
- congresbrochure

Betoveren

Meeting markt

Voor Leiden mist er een overkoepelend overzicht waar alle vergaderopties/zalen/locaties en mogelijkheden hieromtrent zichtbaar zijn. Voor 2023 wil het LCB via leidenconventionbureau.nl pagina's ontsluiten, puur gericht op de zakelijke vergadermarkt. Van bijzondere vergaderlocaties (musea, gebouwen, monumenten) tot vergadermogelijkheden in hotels, congreslocaties en meer.

Via de site kunnen locaties eenvoudig worden vergeleken en leads worden doorgezet.

In 2023 wordt een kleinschalige campagne gestart om bezoek aan de pagina te genereren:

- GA en SEA campagne (secretarissen)
- Inspiratietrips
- Film – en beeldmateriaal

Online

In 2023 wordt de website doorontwikkeld:

- Veel meer testimonials van congresorganisatoren
- Reviewsysteem als 'Trustpilot' koppelen aan congreslocaties, hotels en zichtbaar maken
- User generated content creëren (i.s.m. partners) om Leiden als congres- en meetingstad meer zichtbaar te maken (vast # gebruik)
- 360 graden filmpjes implementeren op de site
- Groei en meer interactie op de social media kanalen genereren



@LeidenCVB

385 volgers



Leiden Convention Bureau

579 volgers

Beleven, Bedienen en Bewijzen

Congresdeelnemers die eenmaal in Leiden zijn moeten de ultieme beleving ontvangen, opdat zij eerder komen, langer blijven of terugkomen. In het jaar European City of Science heeft het LCB de eerste stappen gezet tot die betere beleving en in 2023 wordt dat doorontwikkeld:

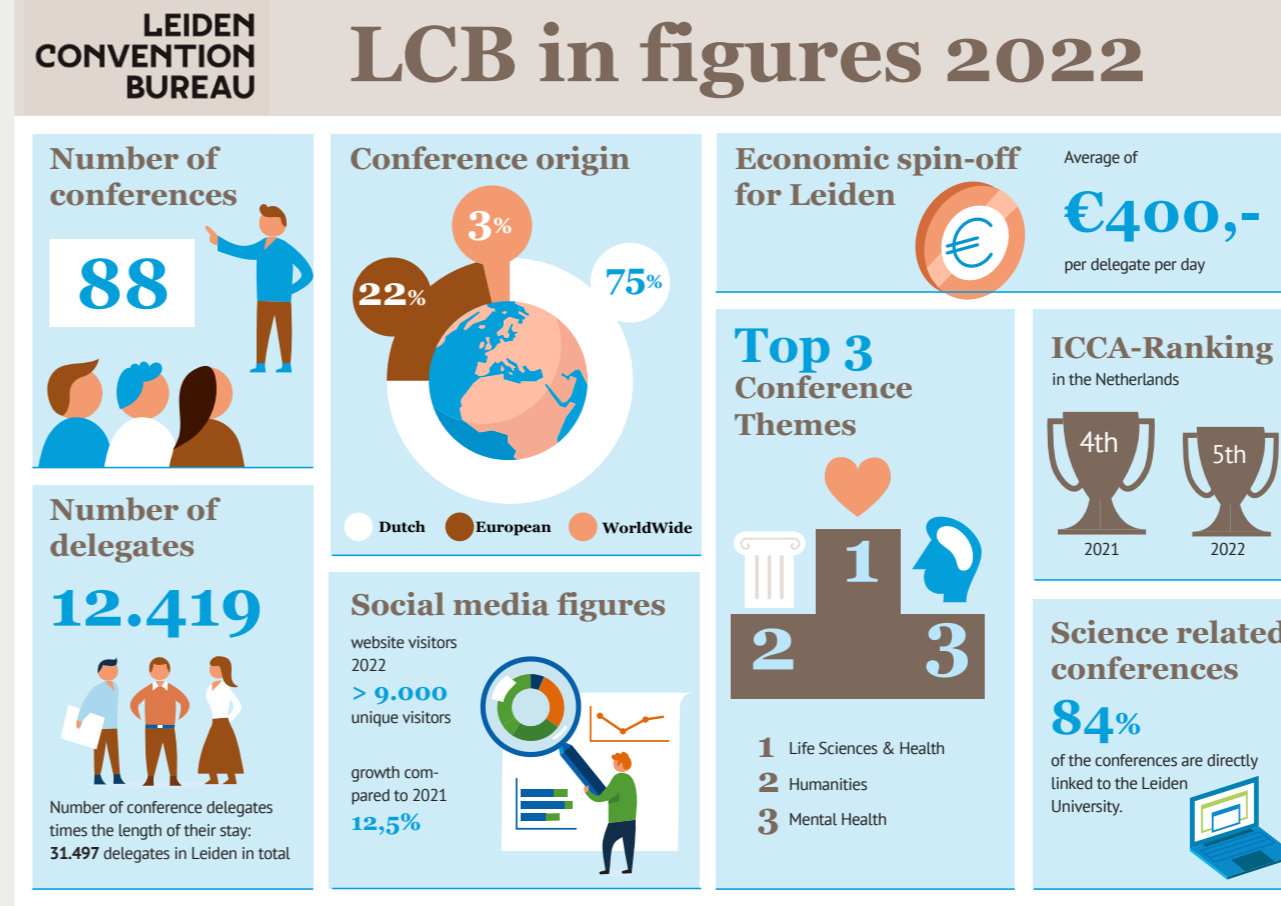
- Congresorganisatoren krijgen een eigen omgeving binnen de LCB-site met handige tips en inspiratie
- Verkoopbare welkomstpakketten met Leidse producten en informatie (eigen omgeving VVV-webshop)
- De inzet van cityhosts die voorzien in tips en inspiratie op belangrijke congressen
- SMART nieuwsbriefstelsel ontwikkelen op congresdelegates (uw congres is bevestigd, wilt u parkeren, excursie boeken, welkomstpakket bestellen, etc)
- City dressing maakt onderdeel uit van de beleving
- Zie hier uitgebreide marketingplan van LCB.



Bewijzen

De inspanningen van het LCB betalen zich uit in o.a. de volgende meetbare resultaten:

- Aantallen congressen en congresdelegates/congresdagen (en economische spin-off daarvan)
- Bezoekcijfers leidenconventionbureau.nl
- Aantal bids en bidboeken
- Groei social media kanalen en databases (nieuwsbrieven)
- Awareness van Leiden als een stad van wetenschap en talent
- Congresambassadeurs
- Samenwerkingen met partners
- Verkoop welkomstpakketten
- Geboekte pre- and posttours (als actief)
- Na afloop van een congres om reviews vragen en evt. korte enquête laten invullen (evt. met beloning, korting volgend bezoek)



Bewijzen

Bewijzen

laten zien dat het zo is

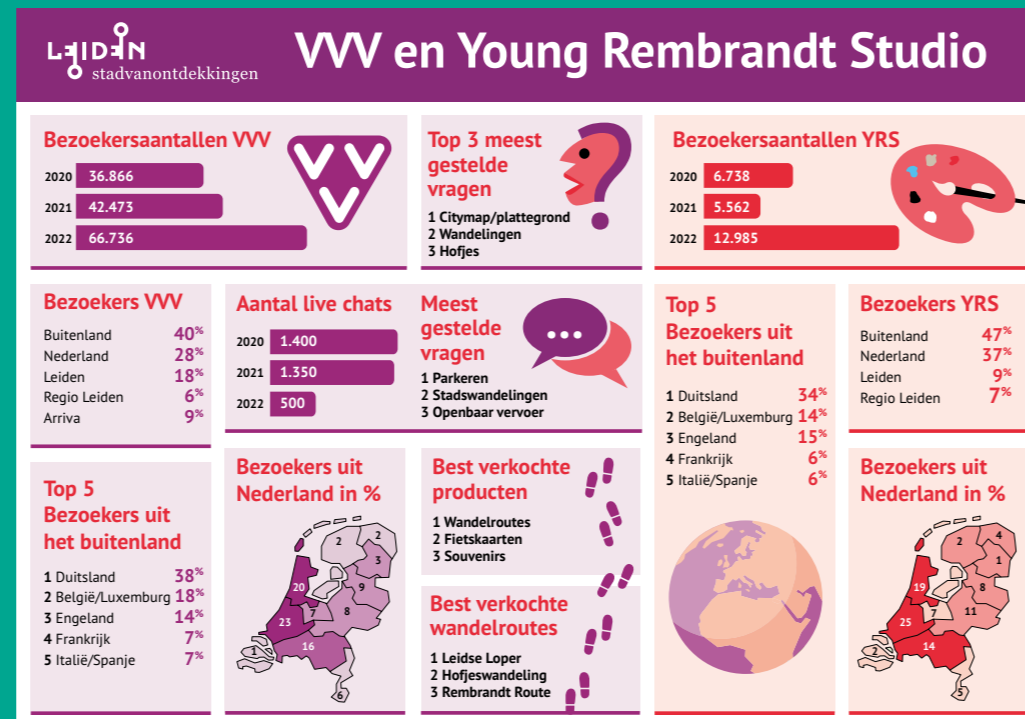
Het positioneren en branden van een stad in een regio is iets van de lange adem. Niet alles is meetbaar of hoeft meetbaar te zijn om wel succesvol te zijn. Denk aan:

- Samenwerkingen tot stand brengen
- Samenwerken op zo veel diverse domeinen
- Strategie bepalen en uitwerken.

Tallose activiteiten die niet direct rendement opleveren, maar die dat indirect of op de langere termijn wel doen. Anderzijds zijn er ook wel 'harde cijfers' te geven. Deze indicatoren wegen ook mee in de strategische weg voorwaarts.



Bewijzen voor de Stad van Ontdekkingen

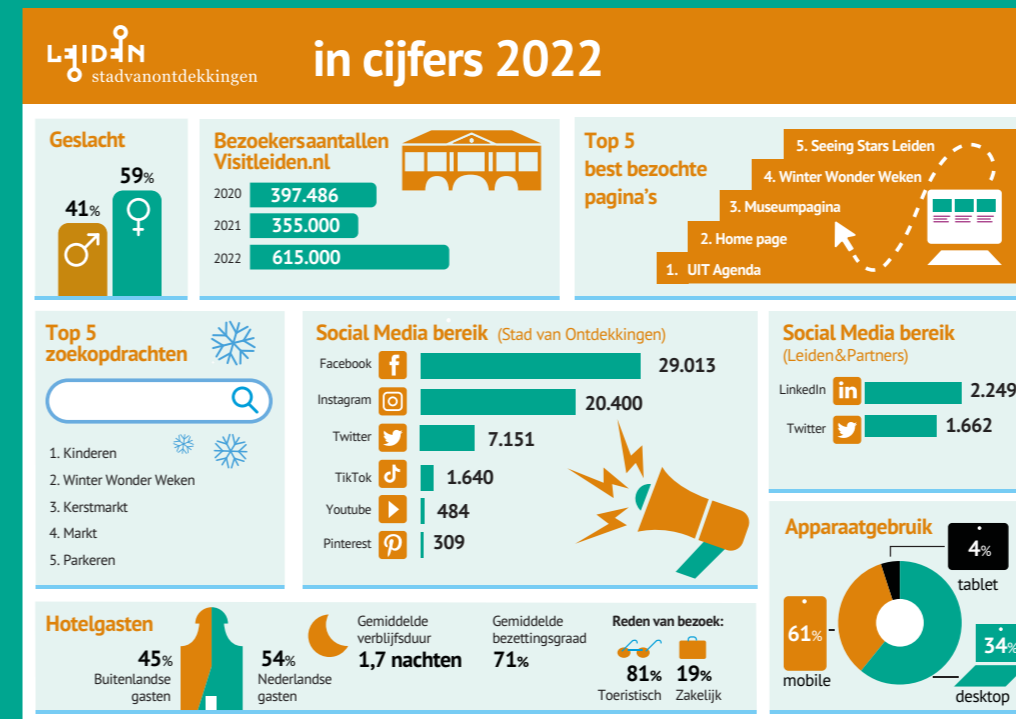


Verkoop

Een graadmeter voor 'conversie' is ook de verkoop van VVV-producten zoals museumpassen, tickets en wandelingen. Later ook in de te ontwikkelen VVV-webshop.

Webstatistieken

Visitleiden.nl is een van de best bezochte websites met gemiddeld 1,2 miljoen unieke bezoekers/pageviews. Daarnaast wordt er via visitleiden.nl een chatfunctie aangeboden, uitgevoerd door VVV Leiden. In 2022 zijn er meer dan 2.000 chats geweest. De belangrijkste vragen gaan over parkeren en wandelroutes.



Social media dashboard

In 2022 is geïnvesteerd in een eigen online dashboard waarop alle online data op één plek verzameld is. Denk aan alle social mediakanalen, zoekverkeer vanuit de sites, nieuwsbrieven, websitebezoekers. Hiermee:

- krijgen we alle online data in één oogopslag inzichtelijk
- besparen we tijd
- hebben we de mogelijkheid om te sturen op data
- kunnen we per project de behaalde doelstellingen zien
- hebben we een centraal overzicht met geplande en uitgegeven advertentiebudgetten
- kunnen we data eenvoudig delen met stakeholders
- kunnen we interessante b2b updates versturen
- kunnen we de chatfunctie resultaten en influencersmarketing integreren



Onderzoek

In samenwerking met de gemeente Leiden en Centrummanagement worden diverse onderzoeken uitgevoerd. Dat is een van de actiepunten die ook is voortgekomen uit de visie bezoekerseconomie:

- Toeristisch Imago Onderzoek
- CVO (Continue Vakantie Onderzoek)
- Monitoring dagbezoekers o.b.v. postcodes/leefstijlen
- Monitoring internationalisering (i.s.m. gemeente Leiden)
- Tweejaars Decisio onderzoek i.o.v. Leiden International Centre

In het kader visie bezoekerseconomie van de stad ontwikkelt L&P i.s.m. Cultuurfonds Leiden, Centrummanagement Leiden en gemeente een nieuw dashboard, om zo beleid te onderbouwen en bezoek te sturen in tijd en ruimte. In dit dashboard komt nieuwe data (bijv gps data), maar ook data van bestaande kanalen (zoals Nachtregister hotels).

Pers & PR

Aantallen journalisten gehost, mediawaarde, aantal artikelen.

Betoveren, Beleven, Bedienen en Bewijzen

voor en in de Stad van Ontdekkingen
vanuit het Leiden International Centre

Betoveren

Het Leiden International Centre (LIC) ondersteunt het internationaal georiënteerd bedrijfsleven van de Leidse regio door kenniswerkers aan te trekken, ontzorgen en faciliteren. De bijna 30.000 internationale werknemers in Holland Rijnland, waarvan meer dan 50% woonachtig in Leiden en omgeving (2019), vormen een belangrijke groep in de regionale economie. De combinatie van zowel kennis als culturele ingrediënten maken de Leidse regio een aantrekkelijke vestigingsplaats. Het LIC betovert potentiële kenniswerkers en verleidt ze om zich juist hier te vestigen door ze:

- Te voorzien in een goede digitale infrastructuur (website en social kanalen). In 2022 is een volledig nieuwe en verbeterde website gelanceerd
- Samen op te trekken met Expat Centers in Den Haag en Rotterdam
- In te spelen op potentiële ontwikkelingen met Innovation Quarter, LBSP
- Zichtbaar te zijn binnen het internationale kennisspeelveld (bidboeken, online, campagnes, advertising)
- Samen te werken met belangrijke kennispartners in stad en regio
- Internationals door te verwijzen naar partners (huisvesting, cultuur, zorg, scholen en meer)



In 2023 zet het Leiden International Centre in op een:

- Intensievere communicatie met internationals (na welkom, ook contact blijven houden door bijv. na 2 à 3 maanden te vragen hoe het gaat, behoeftes peilen, etc)
- Betere zichtbaarheid van diensten binnen LBSP (HR-medewerkers)
- Visualiseren van diensten door een animatiefilmpje/infographics
- Deelname aan talent- en carrièrebeurzen i.s.m. partners om Leiden en regio te profileren



Beleven, Bedienen en Bewijzen

Eenmaal aangekomen in de Leidse regio als internationale kenniswerker zorgt het LIC voor een zachte landing:

- De inschrijving van nieuwe kenniswerkers vindt plaats op het LIC voor alle bij het LIC aangesloten gemeenten (Leiden, Leiderdorp, Oegstgeest, Voorschoten, Zoeterwoude) op de locatie Stadskantoor Leiden, waar de eerste beleving in de regio al start met informatie en inspiratie
- Expat Essentials: een onmisbaar naslagwerk voor de kenniswerker in de settling fase. Met partnerinformatie, regelgeving, informatie en inspiratie
- Meet & Mingles: het LIC organiseert maandelijkse bijeenkomsten op leuke (partner) locaties voor nieuwkomers en internationals om een sociaal netwerk te bieden en de integratiefase zo goed mogelijk te laten verlopen
- Het LIC voorziet samen met haar partners in webinars, workshops, spreekuren en faciliteert nieuwkomers
- Het LIC verbindt het internationale deel van de regio en Leidse UITagenda aan internationals
- LIC communiceert en onderhoudt contact door social media, nieuwsbrieven en online
- Bedrijfs Whatsapp installeren, chat-service installeren
- Expat Tips voor newcomers
- Kookboekje met gerechten van internationale inwoners

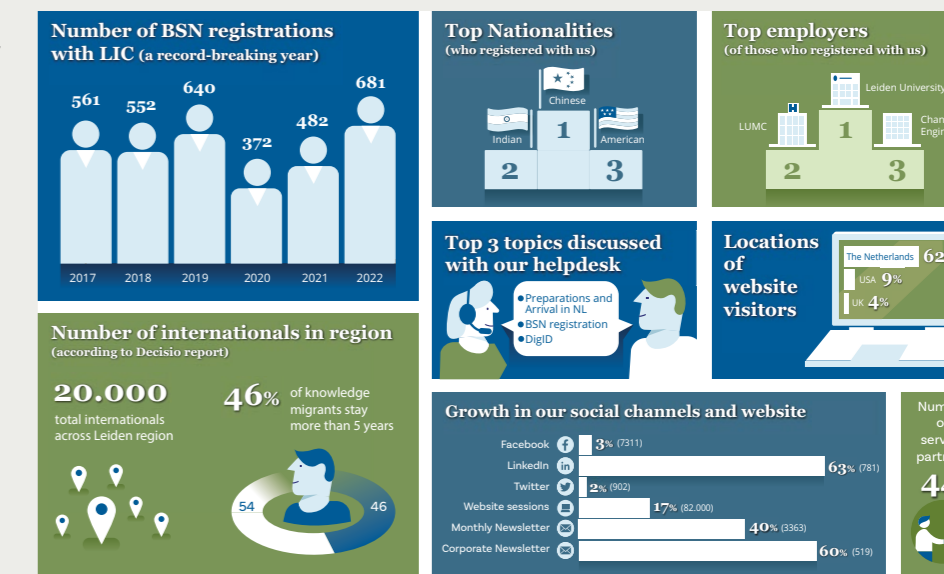
Zie het gehele marketingplan voor het Leiden International Centre.



Bewijzen

De inspanningen van het LIC vertalen zich door in de volgende meetbare resultaten:

- **Aantal inschrijvingen**
- **Webbezoek leideninternationalcentre.nl**
- **Nieuwsbriefinschrijvingen**
- **Groei social community**
- **Partnerbetrokkenheid**
- **Meet & Mingles aantallen**



Partnerpakketten Leiden&Partners

Hoe werkt het?

1. U neemt bij ons altijd standaard het **Basispakket** af.
2. Vervolgens kiest u de **doelgroep** waarvoor u het meeste zichtbaarheid wilt genereren.
3. Als u beide doelgroepen wilt bedienen, kunt u dit aangeven bij uw contactpersoon van Leiden&Partners.
4. Maak eventueel de keuze voor één of meerdere **add-ons**.
5. Klaar! Welkom bij Leiden&Partners.

Basispakket L&P. 350,- euro ex BTW.

Elke partner van Leiden&Partners krijgt standaard de volgende diensten:

- Dedicated, SEO-geoptimaliseerde pagina op website (*)
- Aanleveren content voor nieuwsbrieven (*)
- Aanleveren content - foto- & videomateriaal - voor social media kanalen, ODP locatiepagina en online beeldbank (*)
- Aanleveren evenementen voor digitale Agenda (*)
- Deelname Partnerbijeenkomst Leidsche Plein, eenmaal per jaar
- Toegang tot beeldbank Fileflow, promotioneel foto- & videomateriaal, huisstijl en logo's
- Toegang tot onderzoeksgegevens, bij beschikbaarheid
- Exemplaren City map en City Guide voor eigen gasten
- Toestemming voor promotie van uw bedrijf als 'officiële partner van Leiden&Partners'
- Treed toe tot het netwerk van Leiden&Partners en maak verbinding met gelijkgestemden in Leiden

(*) – Afhankelijk van gekozen doelgroep

Stap 1

Kies gratis een van de doelgroepen, of allebei voor + € 150

Doelgroep Bezoekers & Bewoners

- Eigen folders/flyers in VVV Leiden
- 1 x uiting op het digitale VVV etalagescherm
- 15% korting op adverteren in drukwerk en online (citymap, cityguide)
- 1 x highlight in de &Cultuur nieuwsbrief, aan studenten (+- 7000 abonnees)
- Deelname Pers en PR activiteiten op Nederlandse, Belgische en Duitse markt
- 3 social media-uitingen via Stad van Ontdekkingen kanalen (Keuze: Instagram, TikTok, Facebook, Twitter) (per kalenderjaar, onder voorbehoud van relevantie)
- Arrangement op visitleiden.nl (indien passend)
- Optie inzet City Hosts bij evenementen (tegen meerkosten)
- Optie deelname grote campagnes (tegen meerkosten)
- Voorrang bij Abri – en Vlagbanieren posities
- Highlight in Uit in Leiden nieuwsbrief – een per kalenderjaar

Kanalen bij doelgroep 'Bezoekers en Bewoners'

Social media:

- Facebook SvO
- Instagram SvO
- TikTok SvO
- Twitter SvO
- Pinterest SvO

Website:

- Visitleiden.nl

Nieuwsbrieven:

- Uit in Leiden nieuwsbrief
- Groeten uit Leiden nieuwsbrief
- &Cultuurkaart nieuwsbrief

Doelgroep Congressen & Events

- Als preferred partner voorrang krijgen in bidprocedures
- Mogelijkheid tot aanleveren digitaal materiaal bij aanwezigheid internationale beurzen IBTM World en IMEX Frankfurt
- Deelname aan advertenties in vakbladen (tegen meerkosten)
- Voorrang bij deelname aan drukwerk – magazines, flyers et cetera
- Arrangement of deals op leidenconventionbureau.nl
- 3 social media-uitingen via Leiden Convention Bureau kanalen per kalenderjaar
- Optie inzet City Hosts bij evenementen (tegen meerkosten)
- Optie deelname grote campagnes (tegen meerkosten)

Kanalen bij doelgroep Congressen & Events

- Twitter @leidencvb
- LinkedIn /leidenconventionbureau
- Website Leidenconventionbureau.nl
- Digitale Agenda 'Kennisagenda' Leidenconventionbureau.nl
- LCB Update nieuwsbrief
- Ambassadeurs nieuwsbrief

Stap 2

Kies eventuele add-ons

Add on Regiobezoekers & Bewoners 50,- euro ex BTW.

- 2 x vermelding in Streek van Verrassingen nieuwsbrief (+- 4000 abonnees)
- 3 social-media uitingen op Facebook en/of Instagram
- Pagina op streekvanverrassingen.nl
- Regionaal arrangement laten promoten
- 15% korting op regionale advertenties in drukwerk en online (Proef de Streek magazine naar 180.000 regiobewoners, online banner campagne)
- Mee in pers en PR activiteiten op NL, BE en DUI markt

Add-on Leiden Convention Bureau Events

1 event: 200 euro ex BTW

3 events: 500 euro ex BTW

- Deelname aan Inspiratiedag voor nationale Eventplanners (1x per jaar)
- Deelname aan Inspiratiedag voor regionale managementondersteuners (1x per jaar)
- Deelname aan Inspiratiedag 'Leiden on Tour' (1x per jaar)

Een partnerschap wordt zonder tegenbericht op 1 november elk jaar automatisch verlengd. Wilt u het partnerschap wijzigen of opzeggen? Doe dit uiterlijk 31 oktober bij uw contactpersoon van Leiden&Partners.

LEIDEN &
PARTNERS

Stap 3



LEIDEN & PARTNERS

Stationsweg 26
2312 AV Leiden

Postbus 190
2300 AD Leiden

+3171-5160990

info@leidenenpartners.nl