



De Langstraat

Training:
De internationale gast

Vanochtend op de planning

09:00 – 09:10 Samenvatting cijfers en belang internationale gast

09:10 – 09:30 Belgische gast

09:30 – 09:50 Duitse gast

09:50 – 10:20 Workshop de customer journey van de internationale gast

10:20 – 10:30 Implementatie internationalisering

10:30 – 11:00 Pauze

11:00 – 12:30 Workshop 2: Reviewmanagement

Campagne Bezoek de langstraat

9 maart: Advertorial NRZ.de (Neue Rhein/Ruhr Zeitung) Looptijd: 12 maanden

Midden maart: Activatie met nieuwsbrief: 8.500 lezers

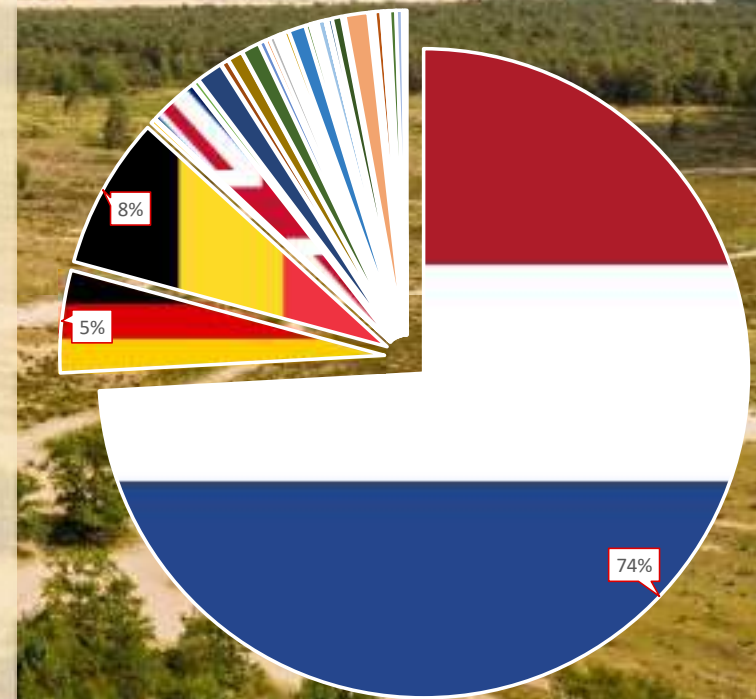
Maart: Doorlopende activatie website bezoekdelangstraat.nl/de via native ads

Zorg dus dat vóór die tijd je website de meertalige pagina's online heeft:

- Zorg voor meertaligheid
- Geef URL's door aan Nikki voor verwerking

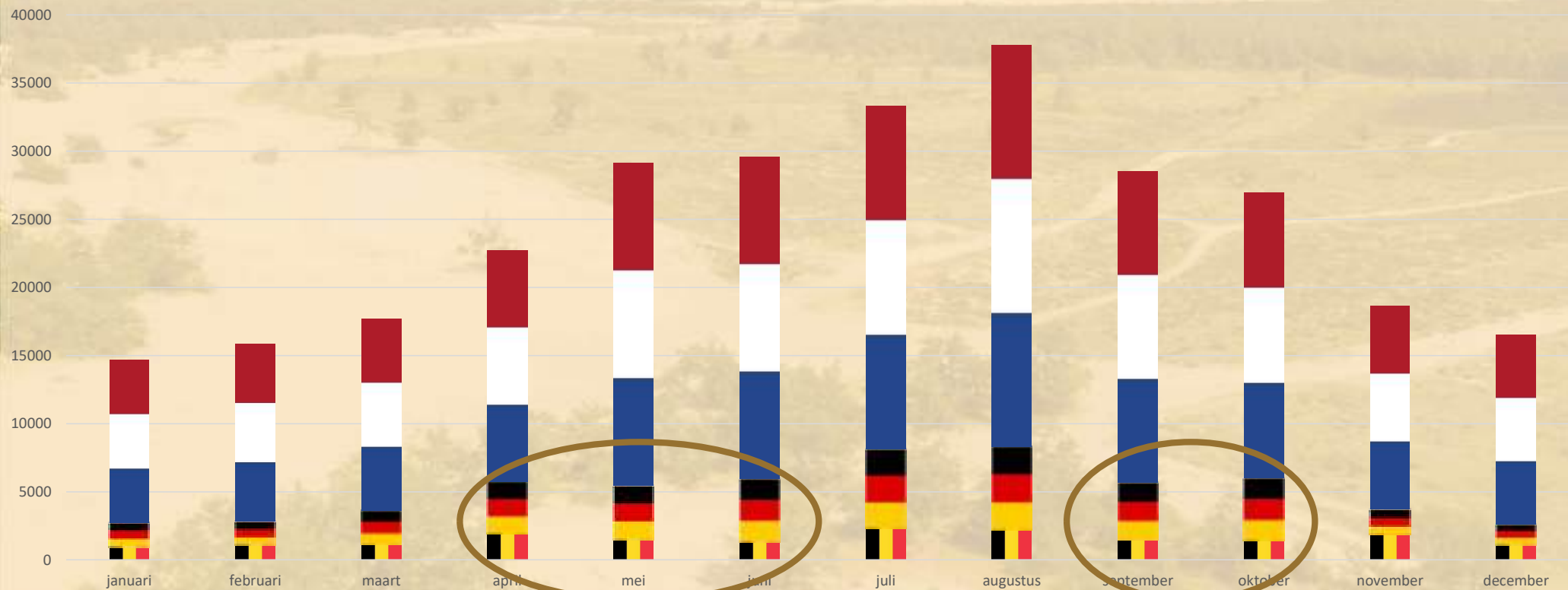
Het belang van de internationale gast

- Binnenlands toerisme belangrijke en sterke basis
- Internationaal toerisme noodzakelijk voor groei
- Grote doelgroep, 24 miljoen inwoners op max. 2 uur reisafstand
- Besteden meer dan de NL'se verblijfgast (tot 3x meer)
- Hebben meer vakantiedagen
- Hebben vakanties op andere momenten (verleng je seizoen!)



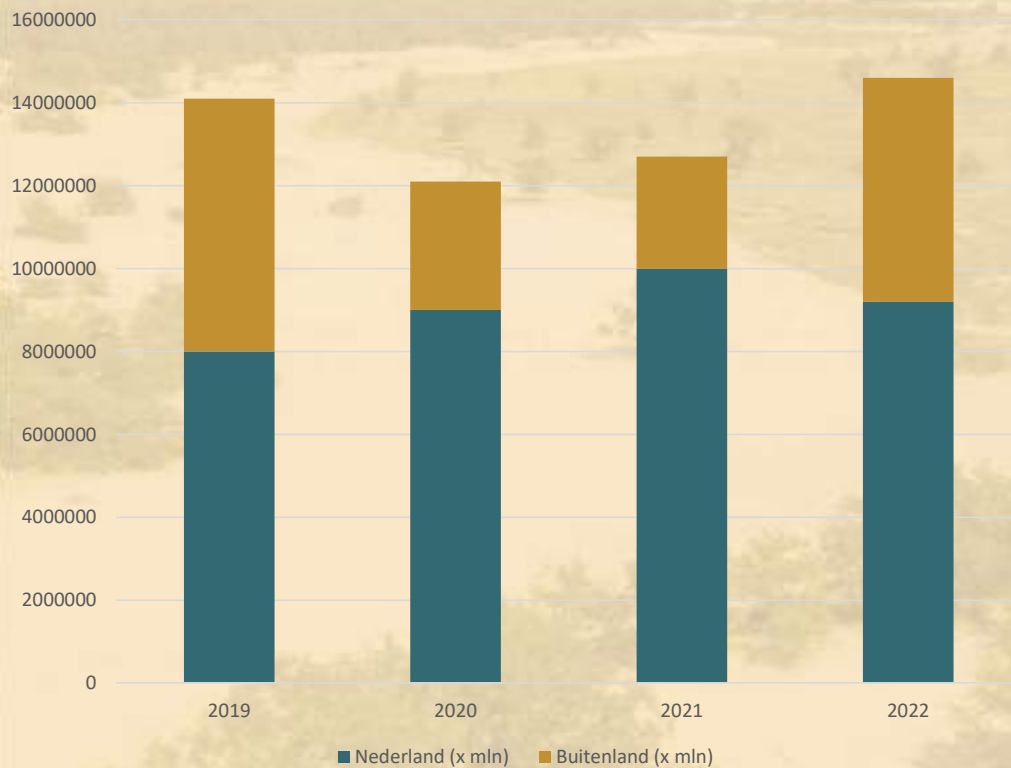
Internationalisering verlengt seizoen

Verdeling gasten over maanden, Nederland gestapeld




Ontwikkeling internationaal toerisme Nederland

Gasten, nationaal/ internationaal gestapeld



Ontwikkeling gasten t.o.v. 2019 en 2021





Doelgroepen en hun bijzonderheden

Doelgroepen voor Brabant

Curious Families:

Families met kinderen 4-16 jaar

Adventurous Millennials:

Jonge stellen zonder kinderen tot 30 jaar

Active Gen X:

Oudere stellen vanaf 50 jaar,
zonder thuiswonende kinderen



De Nederlandse gast: Vakantiemonitor 1-2023

Grootste aandeel Brabantse gasten is Nederlands

- Boekt relatief vaak direct bij de aanbieder
- Boekt voor '23 m.n. in Q1 '23
- Brabant op 5e plek binnenlandse vakanties
- 1. Hotel 2. Vakantiepark 3. Appartement 4. Camping

- Flexibele annuleringsvoorwaarden
- Rustige plek
- Stijgende prijzen zijn van invloed

De Nederlandse gast: Wat kan jij doen?

- Vindbaarheid optimaliseren op relevante zoekwoorden:
 - Accommodatie | Plaatsnaam, Provincienaam
 - Accommodatie in de Langstraat | Kom tot rust
- Zorg voor directe boekbaarheid en goede annuleringsvoorwaarden
- Zorg dat tekst en beeld zijn geoptimaliseerd voor je gewenste doelgroep
- Ben up to date zichtbaar op relevante platforms: Zoover, VisitBrabant, Bezoek de Langstraat, Tripadvisor

De Belgische Gast: Wie zijn ze, en wat doen ze?

- Boekers: Alle leeftijden, alle sociale klassen, man boekt vaker, m.n. Antwerpen, Oost- en West-Vlaanderen
- Vakanties:
 - 9,2% van de vakanties gaat naar Nederland,
 - 60% 4 of meer nachten,
 - 57% herhaalbezoek,
 - stadsbezoek daalt, regiobezoek stijgt,
 - reist gem. 2,3 keer per jaar
 - 55,6% reist buiten schoolvakanties
 - Steeds vaker midweek ipv weekend

THX.
agency

VISIT BRABANT Waar Vlamingen graag op vakantie (zuid)reizen.

Land	Bezoekers	Nachten	Herhaalbezoek	Stadsbezoek	Regiobezoek
Nederland	9,2%	60%	57%	daalt	stijgt
Frankrijk	12,1%	58%	55%	daalt	stijgt
Duitsland	10,5%	56%	54%	daalt	stijgt
Italië	8,7%	54%	52%	daalt	stijgt
Spanje	7,9%	52%	50%	daalt	stijgt
Andere landen	11,6%	50%	48%	daalt	stijgt

Reiswijze	Reisduur	Reisgroep	Reisdoel	Reisperiode
Reiswijze	Reisduur	Reisgroep	Reisdoel	Reisperiode
Reiswijze	Reisduur	Reisgroep	Reisdoel	Reisperiode
Reiswijze	Reisduur	Reisgroep	Reisdoel	Reisperiode
Reiswijze	Reisduur	Reisgroep	Reisdoel	Reisperiode

Reiswijze	Reisduur	Reisgroep	Reisdoel	Reisperiode
Reiswijze	Reisduur	Reisgroep	Reisdoel	Reisperiode
Reiswijze	Reisduur	Reisgroep	Reisdoel	Reisperiode
Reiswijze	Reisduur	Reisgroep	Reisdoel	Reisperiode
Reiswijze	Reisduur	Reisgroep	Reisdoel	Reisperiode

Hoe kent de Belg Brabant

- Reist niet naar “Brabant” maar naar Eindhoven, Biesbosch of Efteling bron: search.google.com visitbrabant
- 42,2% kan geen beeld vormen van Brabant
- Wie geweest is heeft veelal gefietst en/of gewandeld of een attractiepark bezocht
- Antwerpen: Brabant = Daguitstap
- **Oost- West Vlaanderen: Midweek/Weekend**

De kansen voor de Belgische markt

- Sterke attracties
- Goede infrastructuur met vakantieparken en huisjes
- Beekse Bergen alternatief voor Pairi Daiza
- Culinair Brabant is méér dan de sterrenrestaurants: de goede brasseries zijn van een goed niveau
- Brabant blinkt uit in goede horeca-omkadering: Sfeer, inrichting, gezelligheid
- Heidelandschappen onbekend
- Inspelen op herhaalbezoek
- Diversiteit van het aanbod spreekt aan
- Vlaming hoort graag wat hij moet doen op bestemming (arrangementvorming)

Belgische cultuur, gewoonten en trends

- Geeft meer geld uit aan belevingen
- Zijn bourgondiërs pur sang
- Winkelt graag bij kleine boetiekjes, luxe is écht luxe
- Is rustiger en afwachtender en minder assertief
- Bouw een relatie op met de Vlaamse gast, oprechte interesse
- Heeft de camper herontdekt
- Nóg meer fietsers en wandelaars
- Zoekt rust op vakantie
- Verhalen van streekproducten zijn geliefd, zowel in restaurant als in het veld



De Belgische gast: Wat kan jij doen?

- Allen: Positioneer jezelf t.o.v. bekend(er) aanbod en plaatsen in tekst en beeld
- Allen: Tell-a-friend kom terug en ontvang
- Allen: Biedt de juiste betaalmethoden online aan

- Accommodaties: Het Heide- en Duinlandschap inzetten
- Accommodaties: Heb je een rustige ligging?
- Accommodaties: Maak (voorbeeld)arrangementen
- Horeca: Gebruik voldoende beeld van sfeer, inrichting, niet enkel gerechten
- Horeca: Zorg voor 'n goede warme lunch 's middags, liefst met streekgerechten
- Attracties: Werk nauw samen met accommodaties

De Duitse Gast: Wie zijn ze en wat doen ze?

- Nederland terug in de top 5 van favoriete vakantiebestemmingen na 1 jaar afwezigheid
- Boeker:
 - Boekt via reisorganisatie of -website (38%) of bij aanbieder (47%)
 - Boekte voor 2023 al vakanties t/m juli
 - Zoekt flexibele annuleringsvoorwaarden, rustige locatie
 - Houdt rekening met stijgende prijzen
- Vakanties:
 - 2,3 vakanties per jaar
 - M.n. hotels en appartementen in trek
 - 18% boekt in 2023 een natuurvakantie
 - Boekt vooral vakanties aan Nederlandse kust

Specifieke Brabantse Kennis + OID/OIT volgt binnen twee weken: 9 mei online sessie

Duitse cultuur, gewoonten en trends

- Duitser is pünktlich en afspraak is afspraak
- Luxus is ook écht luxe: gouden kranen, marmer, enz..
- Is een planner
- **Oriënteert en informeert zich in de eigen taal**
- Komt graag terug waar het bevalt (91% herhaalbezoek NL)
- Is veelal bezig met duurzaamheid, streekproducten, korte keten
- Auto is “heilig” (parkeerplaats, opladen...)
- Is al tevreden als je Duits probeert te spreken (Gutenmorgen Herr....!)

De Duitse gast: Wat kan jij doen?

- Betalen veel vaker cash dan we gewend zijn
- Hechten meer aan privacy (cookies, gegevens achterlaten)
- Zorg voor communicatie in de moedertaal: website
- Stimuleer herhaalbezoek met een loyaliteitskorting

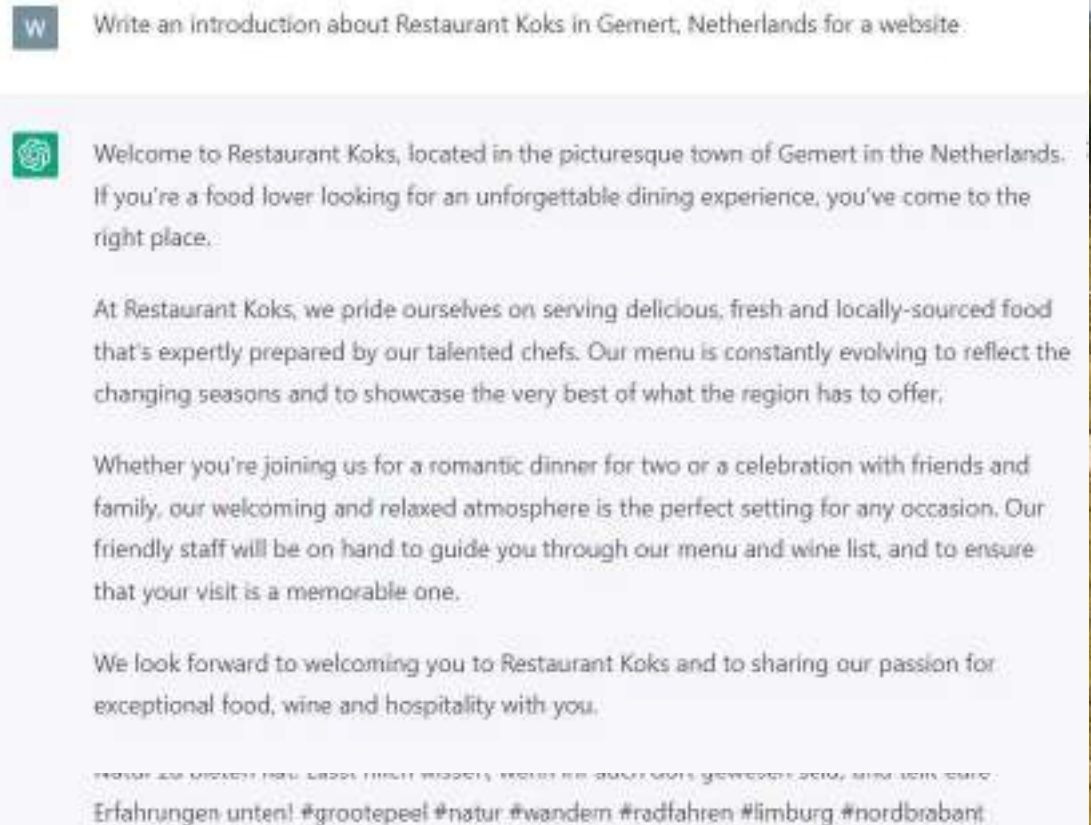
- Accommodaties: Hebben hun ook “eigen” reviewkanalen: o.a. ADAC & Holidaycheck
- Attracties: Zorg dat je meertalig online boekbaar bent
- Attracties: Zorg dat je beleving (expositie, audiotour) meertalig beleefbaar is
- Horeca: Zorg voor vertaalde menukaart (evt. Enkel online met QR-code)

Vraag: ChatGPT en DeepL, wat kan ik er mee?

- Technologie in opkomst, een kans voor jou als ondernemer?
- Schrijft tekst op basis van “prompt”.
- Kan deze ook vertalen.
- Kan dus ook tekst voor website creëren én vertalen!
- Is het perfect? Nee, biedt het een basis voor meertaligheid? Ja!

Een échte vertaler kent de taalnuances en verschillen tussen doelgroepen/markten.

AI (nog) niet



W Write an introduction about Restaurant Koks in Gemert, Netherlands for a website.

G Welcome to Restaurant Koks, located in the picturesque town of Gemert in the Netherlands. If you're a food lover looking for an unforgettable dining experience, you've come to the right place.

At Restaurant Koks, we pride ourselves on serving delicious, fresh and locally-sourced food that's expertly prepared by our talented chefs. Our menu is constantly evolving to reflect the changing seasons and to showcase the very best of what the region has to offer.

Whether you're joining us for a romantic dinner for two or a celebration with friends and family, our welcoming and relaxed atmosphere is the perfect setting for any occasion. Our friendly staff will be on hand to guide you through our menu and wine list, and to ensure that your visit is a memorable one.

We look forward to welcoming you to Restaurant Koks and to sharing our passion for exceptional food, wine and hospitality with you.

Erfahrungen unten! #grootepeel #natuur #wandern #radfahren #limburg #nordbrabant

Vraag: Moet ik nu ook meertalig zijn op Facebook en Insta

- Heb je veel internationale volgers?
- Wil je méér internationale gasten?
- Automatische vertalingen
- Vertalen met ChatGPT of DeepL?

The screenshot shows a Facebook post for 'Hotel Playa Golf' with a multi-language translation interface. The interface includes a list of popular languages on the left and the post content in multiple languages on the right. A blue arrow points to the German translation.

Populaire talen	Vertaling
Nederlands	The beach is calling you 🌊👜 Pack your bags and head to our beachfront hotel in Playa de Palma
Frans	La playa te llama 🌊👜 Haz las maletas y dirígete a nuestro hotel frente al mar en Playa de Palma
Engels	Der Strand ruft Sie 🌊👜 Packen Sie Ihre Koffer und machen Sie sich auf in unser Strandhotel an der Playa de Palma
Italiaans	#... Meer weergeven
Spaans	
Portugees	
Duits	
Frans	
Indonesië	
Japannees	
Koreaans	
Russisch	
Arabisch	
Chinees	
Hongkong	
Indo	
Indo	
Indo	
Indo	
Indo	
Indo	

The main image shows the Hotel Playa Golf building with a sign that reads 'PLAYA GOLF'. Below the image, it says 'OFFERTA En régimen de todo incluido'.

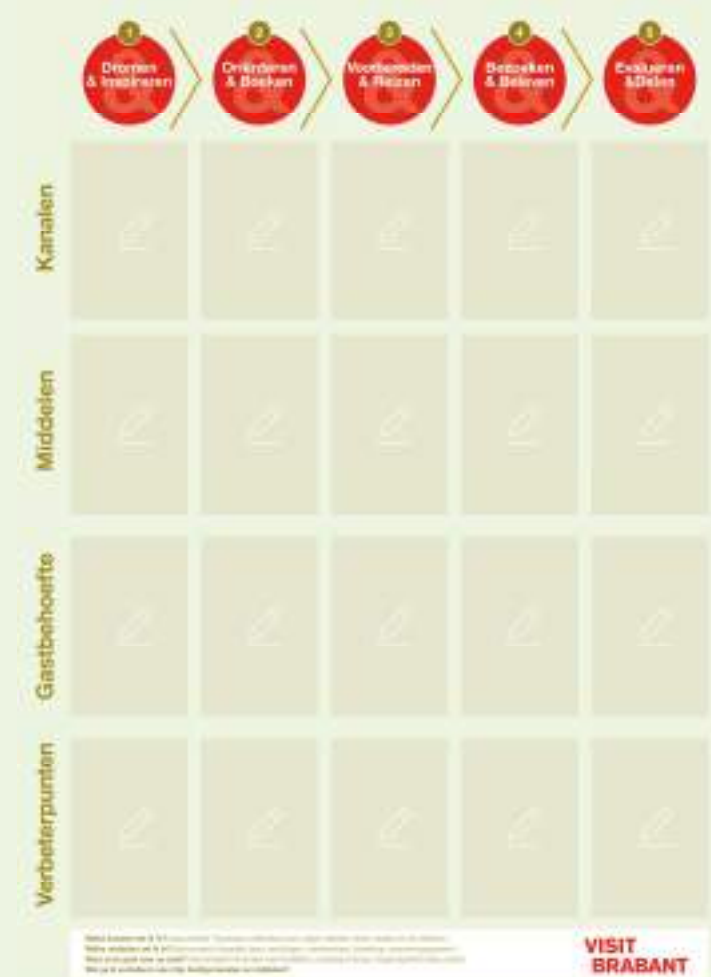


2x 10 minuten

Opdracht 1: Zicht op de customer journey - vakantie

Stel: Je wilt een vakantie in Europa boeken. Hoe zien de fasen van de customer journey er dan uit?

1. Hoe bepaal jij je bestemming?
(Rome? Spaanse kust? Alpen?)
2. Hoe kom je tot een boeking en wat boek je vooraf?
3. Wat bereid je nog voor?
4. Wat gebeurt er vanaf aankomst tot vertrek?
5. Wat gebeurt er nog na vertrek?





Gastbehoefte

Activeren	Overtuigen	Motiveren	Besteden	Stimuleren
Welke soort vakantie past bij mij?	Wat moet ik zeker gezien/gedaan hebben?	Wat wil ik nog meer zien/doen?	Waar zal ik zo lunchen?	Even posten op insta: #Langstraat
Waar heb ik behoefte aan?	Welke acc. past bij mij?	Hoe reis ik naar mijn bestemming?	Ik heb een klacht, waar kan ik me melden?	Tripadvisor: ☆☆☆☆☆
			Het regent, wat kan ik dan doen?	

Verbeterpunten

--	--	--	--	--

De Reis



Accommodatie



Must sees/do's



Overig aanbod





Kanalen

<p>Print Online Influencers Toplijstjes Social Media Vrienden Websites Reviews</p>	<p>Online Websites Reviews Mail Telefoon Betaling</p>	<p>Mail Telefoon Routeplanner</p>	<p>Accomm. Attractie Horeca Personeel Informatie Omgeving VVV/DMO Betaling</p>	<p>Social Media Foto Familie</p>
--	---	---	---	--

Middelen

--	--	--	--	--

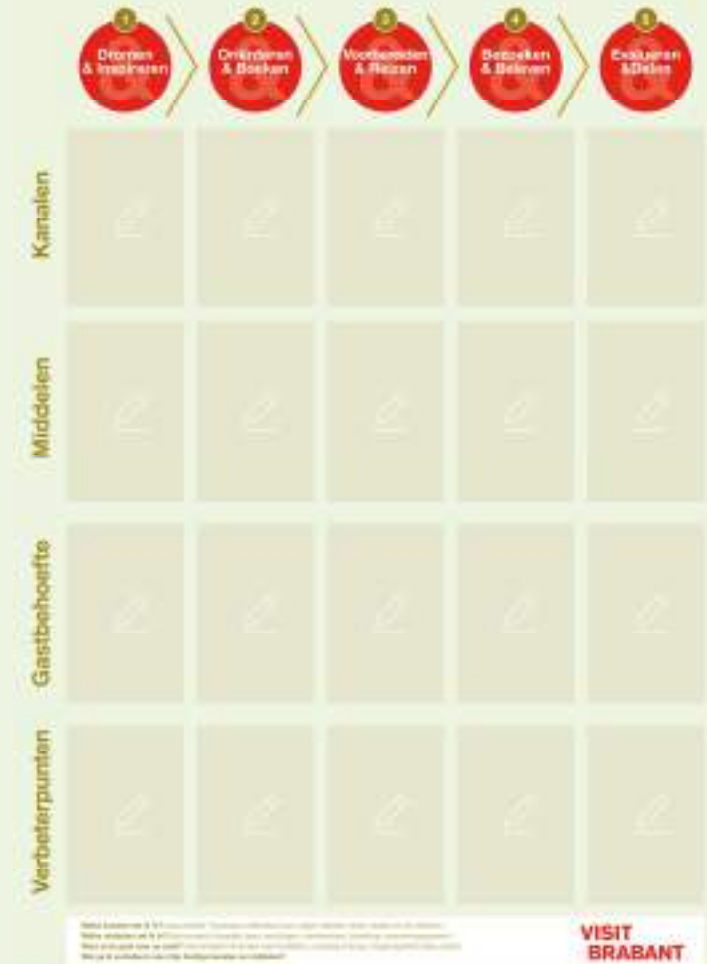


2x 10 minuten

Opdracht 2: Versterken van jouw customer journey

Bepaal op welk moment van de reis jij in beeld komt: fase 1,2,3 of 4? *Dan begint jouw customer journey*

1. Welke kanalen zet jij in in jouw fasen 1 t/m 5? (Ben specifiek!)
2. Welke middelen zet jij in om de kanalen zo goed mogelijk te benutten?
3. Welke verbeterpunten zie je?





Kanalen

<p>Print Online Influencers Toplijstjes Social Media Vrienden Website Reviews</p>	<p>Online Website Reviews Mail Telefoon Betaling</p>	<p>Mail Telefoon Routeplanner</p>	<p>Personeel Locatie Informatie Omgeving VVV/DMO Betaling</p>	<p>Mail Personeel Social Media Website Print</p>
---	--	---	---	--

Middelen

<p>Fotografie Video Tekst Nieuwsbrief Omgeving Tripadvisor Holidaycheck ADAC</p>	<p>Res. Systeem Nieuwsbrief Google MB Pin/cash/CC/ app</p>	<p>Pre-arrival Res. Systeem Google MB</p>	<p>Beleving Training Gastvrijheid Menukaart Tips Pin/cash/CC/ app</p>	<p>Nieuwsbrief Posters Visitekaartje Fotospots</p>
--	--	---	---	--



Kanalen

<p>Print Online Influencers Toplijstjes Social Media Vrienden Website Reviews</p>	<p>Online Website Reviews Mail Telefoon Betaling</p>	<p>Mail Telefoon Routeplanner</p>	<p>Personeel Locatie Informatie Omgeving VVV/DMO Betaling</p>	<p>Mail Personeel Social Media Website Print</p>
--	---	--	--	---

Middelen

<p>Fotografie Video Tekst Nieuwsbrief Omgeving Tripadvisor Holidaycheck ADAC</p>	<p>Res. System Nieuwsbrief Google MB Cash/PIN/CC/ app</p>	<p>Pre-arrival Res. System Google MB</p>	<p>Beleving Training Gastvrijheid Menukaart Tips Cash/PIN/CC/ app</p>	<p>Nieuwsbrief Posters Visitekaartje Fotospots</p>
---	--	---	--	---

Hoe versterk ik mijn product naar de internationale gast?

- ✓ Fase 1: Zichtbaar zijn met actuele informatie bij inspiratieplatforms (en reviewplatforms)
- ✓ Fase 2: Richt je website en communicatiemiddelen meertalig in (landingspagina's, standaardmails)
- Fase 3: Communiceer meertalig met gast, geef tips in pre-arrivalmail
- Fase 4: Communiceer meertalig met gast, zorg voor o.a. vertaalde menukaart
- Fase 5: Vraag om review op relevant platform

Vertaling van communicatiemiddelen

We verzorgen in twee talen een vertaling van maximaal 500 woorden:

- Pre-arrival mail
- Aftercare mail
- Folder
- Menukaart
- Expositie-informatie

Stuur je te vertalen tekst(en) uiterlijk **10 maart** in via Interlex

Oplevering: eind maart – midden april

Heb je nog vragen?

- Wij staan klaar bij vragen: Per mail, telefoon of whatsapp!



wimhofstede@visitbrabant.com
06-21125432



nikki@rbtdelangstraat.nl
06-10418388

Samen voor een sterk toeristisch product in De Langstraat!

