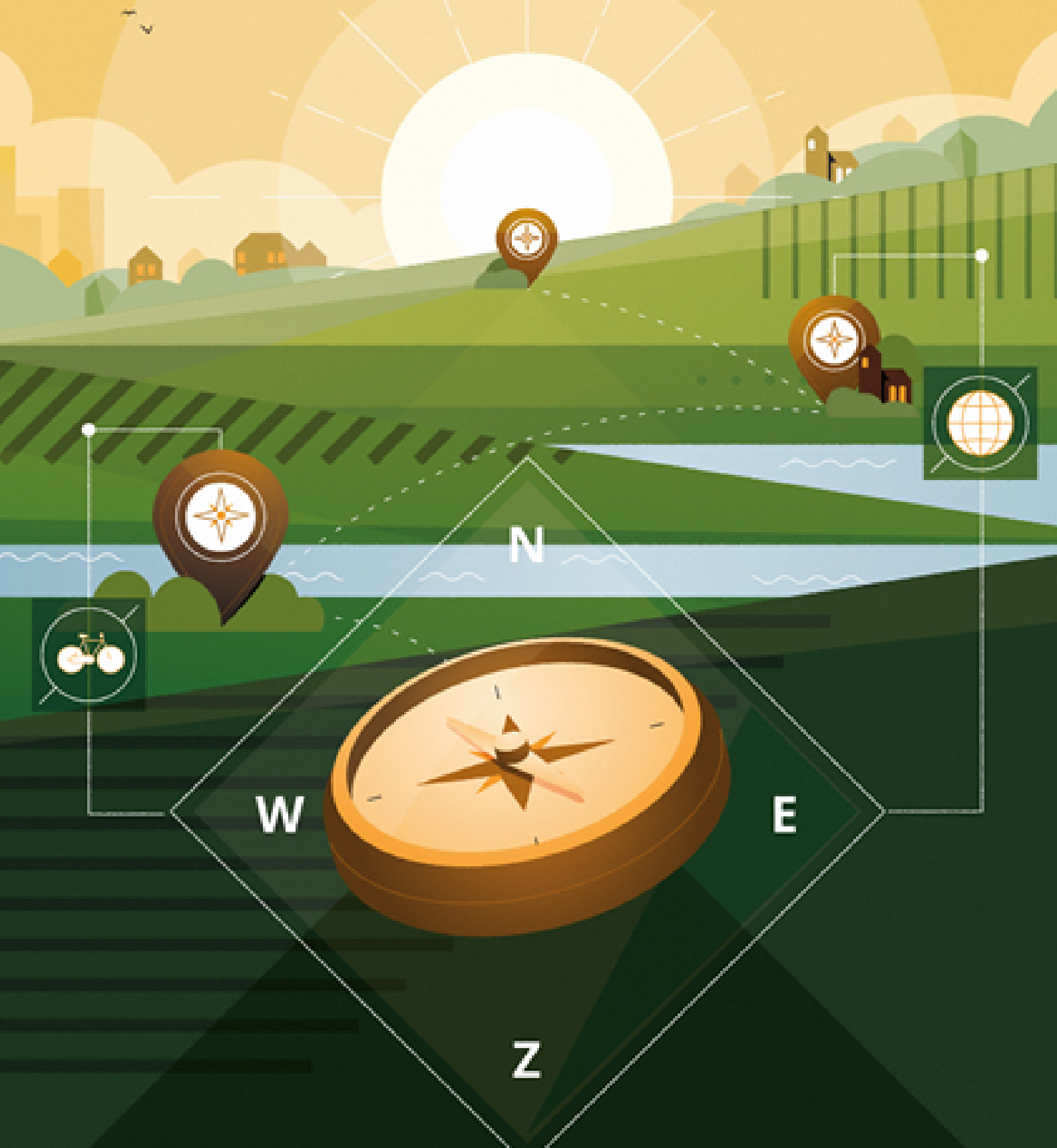


Ontdekkingsverslagen van de Expeditie-gidsen





Samenvatting | Unieke blik op de toerist van de toekomst

Isabel Mosk

In mijn presentatie hebben we een reis gemaakt langs de meest opvallende trends in het toerisme en de recreatie. Natuurbeleving staat centraal; het doorbrengen van vrije tijd en/of vakantie draagt bij aan ontspanning en onthaasting. De toename van soloreizen, ingegeven door demografische veranderingen zoals het groeiende aantal singles, onderstreept de behoefte aan toegankelijke opties voor alleenreizenden.

Gepersonaliseerde reizen bieden een antwoord op de vraag naar niche-ervaringen. De vraag naar maatwerk en unieke ervaringen voor diverse interessegebieden groeit. We bespraken ook het fenomeen van bestemmingsduplicaties, waarbij reizigers op zoek zijn naar unieke plekken buiten de gebaande paden, op zoek naar onverwachte en positieve belevissen.

De trend van korte vakanties, gecombineerd met een verschuiving in seizoensvoorkeuren, vereist flexibele en diverse aanbiedingen buiten de traditionele vakantieperioden. Duurzaam en betekenisvol toerisme is essentieel om de impact op het milieu te verminderen en lokale gemeenschappen te ondersteunen; toerisme moet betekenisvol zijn voor zowel de vakantieganger als de bestemming.

Inclusief toerisme, dat rekening houdt met een divers publiek, inclusief mensen met verschillende achtergronden en behoeften, is van cruciaal belang en omvat fysieke, economische en culturele toegankelijkheid.

Het belang van een gezonde levensstijl en welzijn in het toerisme neemt toe, met trends zoals wellnessreizen die zich richten op ontspanning en herladen. De rol van technologie, vooral AI, bij het transformeren van de toerisme-ervaring biedt kansen voor efficiëntie en personalisatie in klantenservice en reisplanning.

Concrete actiepunten voor toekomstbestendig ondernemen in de toeristische sector



Natuurbeleving

Bescherm en promoot natuurervaringen



Ontwikkel toegankelijke opties voor soloreizigers

Zorg voor toegankelijke reismogelijkheden voor alleenreizende bezoekers, rekening houdend met demografische veranderingen.



Bied gepersonaliseerde niche-ervaringen aan

Creëer unieke, op maat gemaakte reiservaringen voor diverse interesses.



Zoek en promoot unieke bestemmingen

Zoek en promoot bestemmingen buiten de bekende routes voor authentieke en onverwachte ervaringen.



Flexibiliseer het aanbod

Pas je aanbod aan voor korte vakanties en diverse seizoenen (ook buiten de traditionele vakantieperioden)



Implementeer duurzaam en betekenisvol toerisme

Werk aan het minimaliseren van de milieu-impact en het ondersteunen van lokale gemeenschappen.



Creëer inclusieve toeristische ervaringen en communicatie

Zorg voor fysieke, economische en culturele toegankelijkheid voor een divers publiek.



Ontspanning en onthaasting

Integreer wellness- en welzijnsactiviteiten in je aanbod.



Benut AI voor efficiëntie en personalisatie

Gebruik kunstmatige intelligentie om voor efficiëntie en personalisatie in klantenservice en reisplanning.



Hulp nodig bij het ontwikkelen van een toekomstgerichte strategie? [Schakel de hulp in van Isabel Mosk.](#)



Samenvatting | Navigeren door Data en Online Marketing

Rico van Lent

Optimaliseer je website en verhoog conversies door slim gebruik te maken van Online Marketing & Data.



1 Websitedoelstellingen

Bepaal welke websitedoelstellingen belangrijk zijn voor jouw organisatie (b.v. conversies zoals contact aanvragen, reserveringen, downloads, etc.).



2 Conversies inrichten

Zorg dat deze doelstellingen/conversies goed staan ingericht en juist worden gemeten in Google Analytics 4.



3 Data visualiseren & delen

Visualiseer de data en maak deze intern en/of extern toegankelijk met een simpeler rapportage of real-time dashboard. Zo kun je gezamenlijk de juiste beslissingen nemen op basis van de gemeten data.

Data Tools



Websiteverkeer & gebruikersgedrag

Google Analytics 4 (gratis)



Real-time dashboards

Looker Studio (gratis), PowerBI of Geckoboard



Advanced

Customer Data Platform verzamelt klantdata uit al je databronnen

Google Analytics 4 Cheatsheet

Overzicht van de belangrijkste metrics om te kunnen rapporteren binnen Google Analytics 4

Rapporteren op algemene data

User (gebruiker): Een unieke gebruiker die minimaal één sessie op de website is geweest.

Sessie: Meerdere interacties die hebben plaatsgevonden op de website in een bepaalde tijdsperiode (meestal 30 minuten).

Betrokkenheidpercentage: De sessie is langer dan 10 seconden, er heeft minimaal één conversie plaatsgevonden of er zijn meer dan 2 pagina's bekeken.

Pageviews: Het totaal aantal pagina's bekeken door één user (gebruiker).

Events (gebeurtenissen): Specifieke interacties die een gebruiker doet op de website. Dit kan van alles zijn. Zoals bijv. inschrijving voor een nieuwsbrief of het doorklikken naar een externe website.

Rapporteren op geografische data

Ik wil weten vanuit welk land de website is bezocht...

Kies in GA4 voor de dimensie : Land/Country

Waarde: o.a. Netherlands, Belgium, Germany, etc.

Ik wil weten vanuit welke provincie de website is bezocht...

Kies in GA4 voor de dimensie: Regio

Waarde: o.a. North-Brabant, Limburg, South Holland, etc.

Ik wil weten vanuit welke plaats (stad) de website is bezocht...

Kies in GA4 de dimensie : Plaats/City

Waarde: o.a. Eindhoven, Rotterdam, Tilburg, etc.

Ik wil weten wat de taal is van de gebruikers die de website hebben bezocht...

Kies voor de dimensie : Language/Taal

Waarde: o.a. Dutch, English, German, etc.

Rapporteren website gebruikers en sessies

Ik wil per kanaal weten hoeveel unieke gebruikers de website hebben bezocht...

Ga in GA4 naar Acquisitie > Gebruikersacquisitie >

Kies voor de dimensie : Bron/medium voor nieuwe gebruikers

Ik wil per kanaal weten hoeveel unieke sessies er zijn geweest op de website...

Ga in GA4 naar Acquisitie > Verkeersacquisitie >

Kies voor de dimensie : Sessiebron/-medium

Ik wil weten hoeveel sessies er zijn geweest via specifieke campagne (UTM-tag)...

Ga in GA4 naar Acquisitie > Verkeersacquisitie

Kies voor de dimensie : Sessiecampagne

Wat zijn UTM tags?

UTM tags zijn korte stukjes tekst die je kunt toevoegen aan een link. Op deze manier kun je exact herleiden in GA4 via welke campagnes gebruikers op de website terecht komen.

`utm_source=linkedin&utm_medium=social&utm_campaign=opleiding`



Rapporteren op website interactie

Ik wil weten hoeveel unieke terugkerende gebruikers de website bezoeken...

Ga naar rapporten > Behoud > Terugkerende gebruikers

Ik wil weten hoeveel gebruikers betrokken zijn geweest met de website content (kwalitatief verkeer)...

Ga naar rapporten > Acquisitie > Gebruikersacquisitie > Kolom: Betrokkenheidspercentage

Ik wil weten hoeveel hoe lang gebruikers op mijn website aanwezig zijn...

Ga naar rapporten > Betrokkenheid > Pagina's en schermen

Kies de dimensie : Paginapad en schermklasse > Kolom: Gem. betrokkenheidsduur

Wat is betrokkenheidspercentage?

Het betrokkenheidspercentage is een nieuwe metric in GA4 waarbij een websitebezoek (sessie) langer is dan 10 seconden, er meer dan 2 pagina's bekeken worden of er is een conversie/gebeurtenis (actie) gedaan door de gebruiker.



Rapporteren op website pagina's en events (gebeurtenissen)

Ik wil weten welke specifieke pagina's gebruikers hebben bezocht binnen de website...

Ga naar rapporten > Betrokkenheid > Pagina's en schermen

Kies de dimensie : Paginapad en schermklasse (waarde: bijv. /nl/evenementen of /nl/kaart)

Ik wil weten welke specifieke acties (events) er door gebruikers zijn gedaan op de website...

Ga naar rapporten > Betrokkenheid > Gebeurtenissen

Vind specifieke gebeurtenis (Naam gebeurtenis) en waarde (Aantal gebeurtenissen)



Hulp nodig bij online marketing en het verzamelen van data? Schakel de hulp in van Rico van Lent.



Samenvatting | Grenzeloos communiceren: het belang van meertaligheid

Teun van Hoof (Clonable)

In de sessie van Clonable is een diepe duik genomen in het internationaliseren van websites en het belang hiervan.



Breder bereik & betere gebruikerservaring

Een meertalige website draagt bij aan een breder bereik en een betere gebruikerservaring.



Meer dan 25 talen

Clonable kan jouw website automatisch vertalen naar meer dan 25 talen.



Makkelijk bijhouden

Bijhouden is gemakkelijk: updates op je Nederlandse website worden automatisch gesynchroniseerd met de vertaalde versies van je website. w website automatisch vertalen naar meer dan 25 talen.



Meertalige presentatie binnen zoekmachines

Zorg voor meertalige presentatie binnen zoekmachines (Google/Bing) voor het verbeteren van de zichtbaarheid van je website. Dit kan door bijvoorbeeld via een sitemap, of Google Search Console

Aantrekkelijk aanbod voor partners van VisitBrabant

Partners van VisitBrabant krijgen een aantrekkelijk aanbod om snel je website beschikbaar te maken in het Engels en/of Duits.



Wil jij je website vertalen? Neem contact op met team Business Services van VisitBrabant.



Samenvatting | Ontdekkingsreis naar de toepassing van AI

Bob Ballings

AI, hoe werkt het en hoe kan ik het nu meteen praktisch gebruiken binnen mijn organisatie? Bob Ballings heeft antwoord gegeven op deze vragen.

Privacy en AI

Deel geen persoonlijke of andere privacygevoelige gegevens met AI. Wat jij uploadt, wordt in de database opgenomen. Deze gegevens worden vervolgens gebruikt bij het definiëren van antwoorden.

Zet AI in voor het verbeteren van je marketing(teksten)



Hulp bij schrijven van teksten

Laat AI je helpen met het schrijven van effectieve teksten, titels, samenvattingen, etc.



Geef veel context mee

'Less is more' geldt helaas niet voor AI. Hoe meer context je het systeem geeft, hoe beter de antwoorden zijn.



Let op details

Kleine details in de context van je prompt kunnen van grote invloed zijn op het resultaat



Experimenteer!

Experimenteer met de verschillende tools zoals DALL-E voor visuele elementen zoals pictogrammen of afbeeldingen voor op je website of nieuwsbrief.



Meer tips & tricks over het toepassen van AI? Bestel het boek van Bob 'Het geheim van professioneel schrijven'.



Samenvatting | Van misstappen tot succes: de expeditie van de ondernemer

Dennis Hurkmans

Ondernemerschap gaat hand in hand met uitdagingen en leermomenten. Het is een reis van vallen en opstaan, waarbij misstappen onvermijdelijk zijn. Maar juist deze fouten vormen een essentieel onderdeel van het leerproces en helpen ons sneller te groeien en sterker te worden voor de toekomst.

Bovendien is het cruciaal om voortdurend op de hoogte te blijven van trends en ontwikkelingen binnen onze branche. Door vooruit te plannen en ons voor te bereiden op wat komen gaat, kunnen we onze ondernemingen toekomstbestendig maken en houden.

Dit vraagt om een combinatie van flexibiliteit, doorzettingsvermogen en een proactieve benadering van veranderingen.



Samenvatting | De ontwikkeling van een levendige kringloop

Lianne van Genugten (Vaderland)

Met oog op de toekomst is samenwerking met de natuur onmisbaar. Lianne, oprichter van Vaderland, heeft tijdens de sessie uitdagingen en oplossingen geboden voor duurzame landbouw.



Balans

Aan uitdagingen zoals stikstof overschot en droogte ontkom je niet. Alsnog kan er een balans gerealiseerd worden, door aandacht te hebben voor wat het land vraagt.



Flexibiliteit

Werk met oogst die in het seizoen past en speel flexibel in op veranderingen. Deze factoren vormen cruciale stappen naar duurzaamheid en veerkracht.