

Wat is marketing?

**Inleiding in marktgericht fietsbeleid,
Thijs van Duijn, 15 november 2007**

Wat is marketing?

Elementen binnen definities:

- **Afstemming op markt**
- **Planmatig reputatie vestigen**
- **Transacties bevorderen**
- **Doelstellingen verwezenlijken**

Wat is marketing?

Marketing binnen fietsbeleid:

‘ Het planmatig inzetten van activiteiten van overheden door in te spelen op de behoeften van doelgroepen zodat zij (meer) gaan fietsen’

Marketing en promotie?

- **Promotie is deel van marketingmix**
- **Marketingdoel: omzet, afzet gerelateerd**
- **Promotiedoel: kennis, houding, gedrag**
- **Marketing en campagnes**

De externe klant

- **Marketing is focus op externe klant**
- **Overheden focus op interne klant?**
- **Voorbeeld: kanokaart**

Het marketingplan

- **Marktanalyse**
- **Strategische keuze**
- **Marketingdoelen**
- **Marketingstrategie**
- **Monitoring**

Marktanalyse

SWOT-analyse:

- **Brede insteek: mobiliteitsmarkt = wie/wat beïnvloedt mensen om zich voort te bewegen (vraag en aanbod).**
- **Behoeftteonderzoek, aannames, externe kennis etc.**

De Mobiliteitsmarkt



Strategische keuzes

Marktsegmentatie:

- **Kansrijke markten benoemen (binnenstad, bedrijventerrein, recreatie, scholen etc.)**
- **Opdelen markt in kansrijke delen (jonge moeders, buitenwijk, levensstijl etc.)**
- **De fietser bestaat niet!**
- **Voorbeeld: nieuwe inwoners München**

Marketingdoelen

Omzet/afzet verhogen:

- **XX% meer bezoekers gedurende XX periode komen met de fiets**
- **XX % hogere bezettingsgraad fietsenstallingen**
- **Beter rapportcijfer**
- **Etc.**

Marketingstrategie

Inzet marketingmix:

- **Product**
- **Prijs**
- **Plaats (distributie)**
- **Promotie (marketingcommunicatie)**
- **Politiek**



Marketingstrategie

Product:

- **Analyse product (kwaliteit, verpakking)**
- **Voor fietsvoorzieningen naar/van winkelcentrum: vrijliggende fietspaden, rotondes, parkeren in nietjes/dak, bewaakt stallen, afstanden buitenwijken**
- **Ook: faciliteiten voor automobilisten en OV**
- **Productmarktcombinaties: producten/segmenten**
- **Productlevenscyclus**

Marketingstrategie

Prijs:

- **Fietsen is gratis!**
- **Specifiek: betaald (fiets)parkeren**
- **Wel: inspanning die burgers leveren om te fietsen**

Marketingstrategie

Plaats:

- **Letterlijk: beschikbaar stellen voorzieningen**

Marketingstrategie

Promotie (marketingcommunicatie):

- **Reclame, PR, sponsoring, voorlichting etc.**
- **Geen wondermiddel**
- **Voorbeeld: MAXX**

Marketingstrategie

Politiek:

- **Interne klant**
- **Ook interne klant heeft belang bij tevreden externe klant > keuzes maken (Gent)**

Marketingcommunicatie

- **Thematisch en actiematig**
- **Doelen en doelgroepen**
- **Positionering**
- **Een concept**

Concept voor gemeenten?

- **Stimuleren: Korte ritten**
- **Thematische kapstok, actiematige inprikkers**
- **Campagneperiode min. 3 jaar**

De campagne

Jaar 1:

- **Introductie Pak de fiets (thematisch)**
- **Focus op boodschappen/winkelcentrum (actie)**
- **Focus op kinderen en basisscholen (actie)**
- **Nieuwe inwoners**
- **Verlichting**



Kids naar school? **PAK DE FIETS!**



Even shoppen? **PAK DE FIETS!**

De campagne

Jaar 2:

- **Herhaling Pak de fiets (thematisch)**
- **Focus op gezondheid (actie)**
- **Focus op bestemming centrum - buitenwijken (actie)**
- **Bewaakt stallen: gratis, jointpromotion (actie)**
- **Nieuwe inwoners + werkgevers**



Terrasje
doen? **PAK DE
FIETS!**



Er lekker
op uit? **PAK DE
FIETS!**

De campagne

Jaar 3:

- **Herhaling Pak de fiets (thematisch)**
- **Onderhoud doelgroepen**
- **Nieuwe inwoners + werkgevers**

Vragen?