

## ACTIVITEITENPLAN 2025

### Algemeen

#### 1.) Website

De website is constant in beweging. De website is ingericht als overkoepeling en verbindt hiermee de thema's: wonen, werken en bezoeken. Dit gaan we komend jaar uitbreiden en duidelijker inrichten zodat voor bewoners, potentiële woningzoekenden, potentiële werknemers én ondernemers één duidelijke landingspagina beschikbaar is.

Daarnaast worden er jaarlijks nieuwe verhaallijnen toegevoegd, nieuwsberichten geplaatst en de ambassadeurs worden in beeld gebracht.

#### Promotie website:

Gedurende het jaar zullen er diverse online campagnes in de vorm van display advertising plaatsvinden. Verschillende advertenties wisselen we af waarin we inspelen op thema's en actualiteit. Hiermee bereiken we bewoners in de Noordoostpolder die 'surfen' op relevante websites. De advertenties leiden naar de actuele thema's of verhaallijnen op de website van Gemaakt in de Noordoostpolder.

#### 2.) Content

Het maken van professionele on-brand fotografie en teksten, helpt het verhaal van De Noordoostpolder te vertellen.

Een foto zegt immers meer dan duizend woorden. Door foto's beschikbaar te stellen via de toolbox landt het verhaal echt. Iedere bewoner, ondernemer, (maatschappelijke) organisatie of bezoeker krijgt het gewenste beeld van De Noordoostpolder te zien en mag hier gebruik van maken.

De USP's van ons gebied beschrijven we met behulp van deze content en zetten deze in voor een effectieve contentkalender (online) en gebruiken we voor offline branding. De foto's met teksten worden tevens beschikbaar gesteld in de toolbox zodat het verhaal van de Noordoostpolder ook door onze ambassadeurs uitgedragen kan worden waarbij ze kunnen kiezen uit verschillende thema's. De teksten en foto's gebruiken we daarnaast ook om de website te optimaliseren en levend te houden.

We zetten een fotograaf en tekstschrijver in om de gewenste beelden en teksten te verkrijgen. We doen dit voor **6 beelden en verhalen**, verdeeld over verschillende thema's gedurende het jaar zodat we op meerdere momenten kunnen inspelen op actualiteit.

Hierbij werken we samen met onze partners. Samen kijken we naar actuele thema's waar we kansen zien voor gebiedspromotie.

### **3.) Ambassadeurs van Gemaakt in dé Noordoostpolder**

Al ruim 100 bedrijven of organisaties dragen Gemaakt in dé Noordoostpolder een warm hart toe en noemen zichzelf ambassadeur. Ambassadeurs dragen hun trots uit over de Noordoostpolder. Ze laten hun betrokkenheid zien bij de gemeenschap dat ze willen bijdragen aan het welzijn van de regio.

In 2024 hebben we het ambassadeursplan geïntroduceerd. In 2025 gaan we verder met het werven van 'betalende' ambassadeurs. Dit doen we via nieuwsbrieven, persoonlijke benadering en we laten een flyer drukken zodat het plan tastbaar wordt en makkelijker gezamenlijk besproken kan worden.

### **4.) Toolbox**

Wensen van ambassadeurs t.a.v. benodigde middelen inwilligen + ter beschikking stellen voor iedereen in de toolbox. Zoals voorbeelden van teksten, advertenties, social media posts t.b.v. vacatures, offertes, presentaties, etc. Hiervoor gebruiken we de content zoals hierboven beschreven bij 'Content'.

Daarnaast gaan we het beeldmerk pakket uitbreiden met standaard banners.

### **5.) Samenwerkingen met stakeholders en partners**

We organiseren 2 x per jaar een overleg met onze stakeholders/partners om af te stemmen wat de agenda wordt voor de komende periode. Binnen deze overleggen gaan we nadrukkelijk op zoek naar mogelijke evenementen en projecten welke bijdragen aan de doelstelling. We onderhouden tevens contacten met de marketeers van onze partners.

Daarnaast organiseren we 2 keer per jaar een voorzittersoverleg met alle voorzitters van andere stichtingen/besturen, bestaande uit:

- StEP
- Innovatiecluster
- Cultuurbedrijf Noordoostpolder
- J19NU
- BVN
- Agrofoodcluster

## Wonen

### **6.) Bewonerscampagne (magazine)**

Bewoners in de Noordoostpolder zijn de allerbelangrijkste ambassadeurs die er zijn, immers, als bewoner kom je op plaatsen buiten de regio en praat je over wonen, werken en bezoeken. Zij zijn dus dé lokale bezoekers.

Om bij te dragen aan het gevoel van trots, gaan we een campagne opzetten welke volledig gericht is op de eigen inwoners. De campagne zal zowel offline als online ingezet worden. (bv. abri's, billboards, advertenties, call to actions, winacties)

Het doel van de campagne is om zoveel mogelijk bewoners enthousiast te maken om hun trots te delen op welke manier dan ook. Hierbij spelen we in op actuele thema's, ondernemers en evenementen.

De campagne bevat wederom een gloednieuw magazine met 8 nieuwe verhaallijnen.

Deze verhaallijnen bestaan uit een interview, een filmpje en een 3-tal foto's

Oplage: 22.250

Verspreiding: Huis-aan-huis in de gemeente Noordoostpolder. Daarnaast zal het magazine op verschillende 'afhaalpunten' bij onze ambassadeurs beschikbaar gesteld worden.

Call to action: Een duidelijke 'call to action' richting onze bewoners. Bewoners hierbij een gevoel van trotsheid geven met socialmedia posts, merchandise en goodies. Voorbeeld: een bon in het magazine om gratis een pakje ansichtkaarten af te halen bij onze ambassadeur(s) (offline) of een winactie (online).

### **Campagne 'Woonplezier Gemaakt in dé Noordoostpolder'**

De Noordoostpolder is een aantrekkelijk woongebied! Er is hier van alles mogelijk om heerlijk te kunnen wonen. Hier heb je ruimte, natuur, water, vertier én mogelijkheden om zelf een huis te kunnen bouwen.

In samenwerking met makelaars in de Noordoostpolder zijn we op zoek gegaan naar verbindingen om dit zichtbaar te maken. Makelaars verkopen namelijk niet alleen huizen maar ook een gebied.

In 2024 zijn we gestart met een contentsessie met 5 enthousiaste makelaars. Hieruit is een gezamenlijke wens naar voren gekomen; Promotievideo's van de dorpen in de Noordoostpolder. In 2024 zijn er 5 video's gerealiseerd door een professionele videograaf. In 2025 gaat hier een vervolg op komen om de video's gereed te maken met een voice-over. De deelnemende makelaars dragen hier (evenals in 2024) ook financieel aan bij.

De video's worden ingezet op de website van Gemaakt in dé Noordoostpolder en via social media. Tevens mogen de deelnemende makelaars de video's op hun eigen kanalen

gebruiken. Daarnaast faciliteren we de makelaars in content zoals bijvoorbeeld een passend beeldmerk van Gemaakt in dé Noordoostpolder voor Funda en een banner voor op hun website welke leidt naar de woonpagina van 'Gemaakt'.

## Werken

### **7. Open dag bedrijven**

De Noordoostpolder heeft veel innovatieve bedrijven. Zij behoren tot de 'maakindustrie'. Deze bedrijven zijn lang niet bekend bij de inwoners van de Noordoostpolder. Met de inzet van een open dag kunnen bedrijven hun verhaal vertellen zodat bezoekers maar vooral ook de bewoners meer bekend hiermee worden.

In 2024 is actief de samenwerking opgezocht met BVN, het Innovatiecluster en Agrofoodcluster om te onderzoeken of er draagvlak is voor het organiseren van een open dag voor bedrijven in 2025. Uit deze gesprekken is enthousiasme naar voren gekomen dit verder uit te werken.

### **8. Employerbranding**

We gaan de employer branding van de bedrijven in de Noordoostpolder versterken. Dit gaan we doen door ze naast het uitstralen (branden) van hun eigen bedrijfscultuur, gebruik te laten maken van de gebiedsbranding van de Noordoostpolder als aantrekkelijk werkgebied (door Gemaakt in de Noordoostpolder). Bedrijven kunnen zich met hun employerbranding onderscheiden ten opzichte van andere bedrijven. Daarnaast kunnen ze aansluiten bij de gebiedsbranding van Gemaakt in de Noordoostpolder, die onder andere als doel heeft de Noordoostpolder (her)kenbaar te maken en te positioneren als aantrekkelijk gebied om te werken ten opzichte van andere gebieden. In 2024 zijn hier al plannen voor uitgedacht en beschreven en deze zullen in 2025 verder ontwikkeld worden.

## Bezoeken

### **9. Visit Noordoostpolder**

Visit Noordoostpolder is de partner op het gebied van bezoeken. Het 'Gemaakt in dé Noordoostpolder' logo wordt hierbij volledig ingezet. Visit Noordoostpolder richt zich voornamelijk op de regionale, nationale en internationale bezoekers. Door nauw samen te werken verbinden we de gebiedsmarketing en kijken we waar dit ingezet kan worden. Minimaal 2 keer per jaar is er een overleg om de content af te stemmen op elkaar.

### **10.) Evenement 'Gemaakt in dé Noordoostpolder'**

Tijdens het Uit-jeTent festival in juni 2025 gaan we in samenwerking met BBQ Village uit Emmeloord een heuse 'Gemaakt in dé Noordoostpolder' fair organiseren. We nodigen hiervoor onze ambassadeurs uit om op de fair te staan. Op deze manier laten we zien aan bewoners en bezoekers van het Uit-jeTent festival wat er allemaal 'gemaakt' wordt in de Noordoostpolder.

Het Uit-jeTent festival wordt georganiseerd door StEP, in samenwerking met hun gaan we hier promotie aan geven zowel online als offline. De markt gaat alleen door bij voldoende deelnemers, om bekendheid aan de markt te kunnen geven, voren we gezamenlijk de promotiecampagne waarbij BBQ village ook financieel bijdraagt.