

Merk en marketing Dordrecht

Centraal kader voor marketing en communicatie

Adviescie. Gemeenteraad, september 2009



Dordrecht ?
Dordrecht !

Dordrecht

**Dordrecht is een mooie stad die veel te bieden heeft
en wordt de komende jaren nog mooier**

Een stad met historie, maar met meer dan historie

Een levendige stad, met ambitie

Er zijn alleen veel te weinig mensen die dat weten

Dus is het tijd dat we dat gaan uitleggen



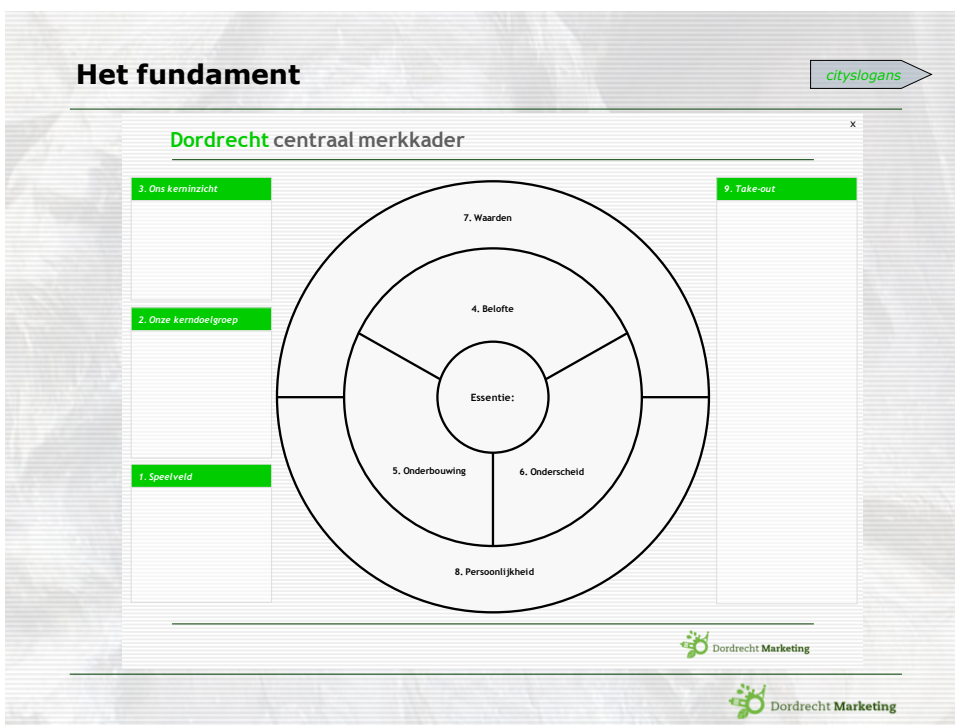
Maar wat vertellen we ?

Wie zijn we ?

Waar willen we heen ?

Het leukste dat je kunt worden is jezelf





Merkkader

[OVERSLAAN ►](#)

Dit centrale kader beschrijft de essentie van Dordrecht. Het geeft aan waar Dordrecht voor staat, waar de stad in gelooft en wat het betekent voor bewoners, bezoekers, ondernemers en partners.

Het kader is bedoeld als leidraad voor de marketing van en de communicatie over Dordrecht en moet bijdragen aan:

- een heldere positionering, boodschappen en communicatiemiddelen die elkaar ondersteunen en versterken
- een gedeeld basisbeeld van de stad bij bewoners, bestuurders, smaakmakers en beeldbepalers
- verschillende proposities en initiatieven in Dordrecht die worden uitvergroot, uitgebouwd en samengesmeed tot een groter geheel



Wat doet een centraal kader?

[OVERSLAAN ►](#)

Dordrecht heeft een enorme rijkdom aan niet-vertelde verhalen. Over wonen en winkelen in een historische kern. Over leven aan de rivieren en werken met water. Over een Dordtse mentaliteit die verdieping zoekt en wars is van de waan. Over cultuurbeleving die oorspronkelijk is, je aanraakt en aan het denken zet. Over genieten van rust en ruimte, in een Hollands decor, op historische plekken met intrigerende gebeurtenissen. Over ondernemende mensen die nuchter bijzondere dingen doen. Over onverzettelijkheid, eigenzinnigheid en maakbaarheid. Over de plek waar ooit de Nederlandse staat, de Nederlandse taal en het protestantisme begonnen. Over een stevige basis die veel aanknopingspunten biedt voor een rijke en zinvolle toekomst.



Dat doet een centraal kader

[OVERSLAAN ►](#)

Het centrale kader helpt om die verhalen te bundelen onder één centrale noemer.

Zodat ze samenhang krijgen, elkaar versterken en bij elkaar optellen tot één bijzonder beeld van Dordrecht.

En vervolgens om ze te vertellen aan die mensen die wij met onze verhalen kunnen inspireren, motiveren en aanzetten tot actie.



Doelstellingen

[OVERSLAAN ►](#)

Onze doelstellingen daarbij:

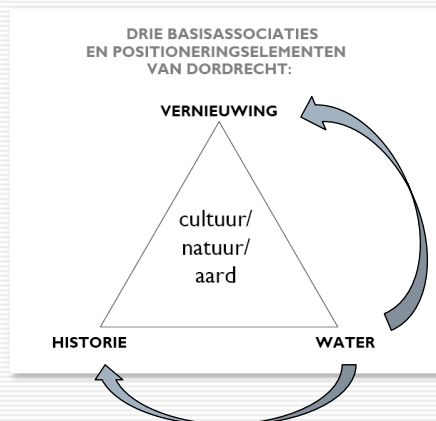
- een aansprekend en onderscheidend imago
- betere bekendheid van wat we te bieden hebben
- meer samenhang in beloften en aanbod
- meer slagkracht en efficiëntie in marketing
- meer voorkeur en conversie onder toeristen, bezoekers, ondernemers en nieuwe inwoners
- mensen die blijven, die komen en terugkomen voor méér en ons aanbevelen aan anderen



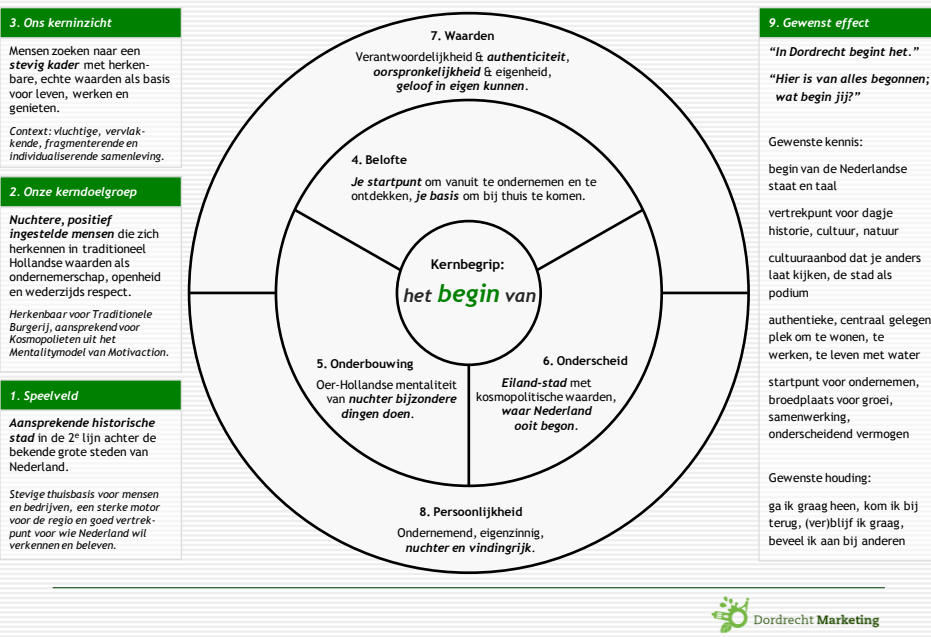
Marketing

- Een combinatie van:
 - creativiteit
 - gezond verstand
 - en lef
- Onderscheidend zijn
- Met zoveel mogelijk partijen op een gestructureerde manier consequent dezelfde samenhangende en logische boodschap uitdragen.

Vertretpunt



Dordrecht centraal merkkader



5. Onderbouw

LEESWIJZER ▼

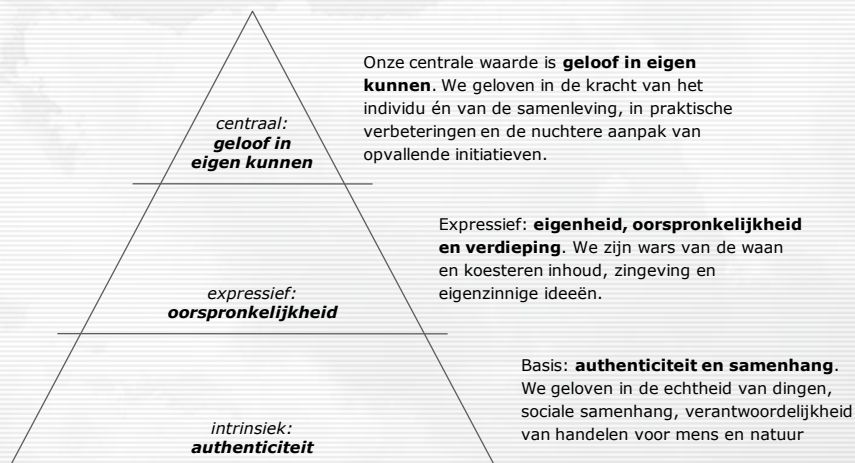
In de praktijk vullen we onze beloften in op een typisch Dordtse manier. Onze merkwaarden helpen daarbij. We zijn geen hip Amsterdam of postmodern Rotterdam. En Bourgondië begint ónder onze rivieren. Die merkwaarden zijn geworteld in onze waarden en onze persoonlijkheid.

Wij zijn:

- een hechte gemeenschap van nuchtere aanpakkers
- met de eigenzinnige mentaliteit
 - van nuchter bijzondere dingen doen
 - iets moois zien in iets eenvoudigs
 - en kracht halen uit iets noodlottigs

Dordrecht Marketing

7. Waarden



8. Persoonlijkheid

LEESWIJZER ▼

We zijn **ondernemend** van geest, willen dingen voor elkaar brengen.

Soms ook **eigenzinnig** en koppig, met de wil om tegen stromingen in toch vooruit te komen.

Als we iets bijzonders tot stand brengen, doen we dat zonder opsmuk of bla-bla. Van nature zijn we **op een nuchtere manier vindingrijk**.

Toetssteen

Filter & toetssteen voor wat we etaleren:

- is het verantwoordelijk, versterkt het de sociale samenhang?
- is het oorspronkelijk, eigen, wars van de waan, verdiepend?
- Straalt het pragmatisme uit, is het ondernemend, doen we nuchter bijzondere dingen ?

Hoe meer aansluiting met de merkwaarden, hoe beter voor onderscheid en imago.

Samengevat: merkwaarden

Voorwaarde toon: niet onbescheiden

Bindend begrip: begin

Kernbegrippen:

- Ondernemend
 - Eigenzinnig, dwars
 - Op een nuchtere manier vindingrijk
 - Oorspronkelijk, verdiepend
 - Sociale samenhang
 - Verantwoordelijk
 - Pragmatisch
-

Een merkkader hebben is nog maar het begin

- Geen theoretisch verhaal, maar een praktisch instrument
- Concreet uitwerken, gebruiken voor marketing en communicatie

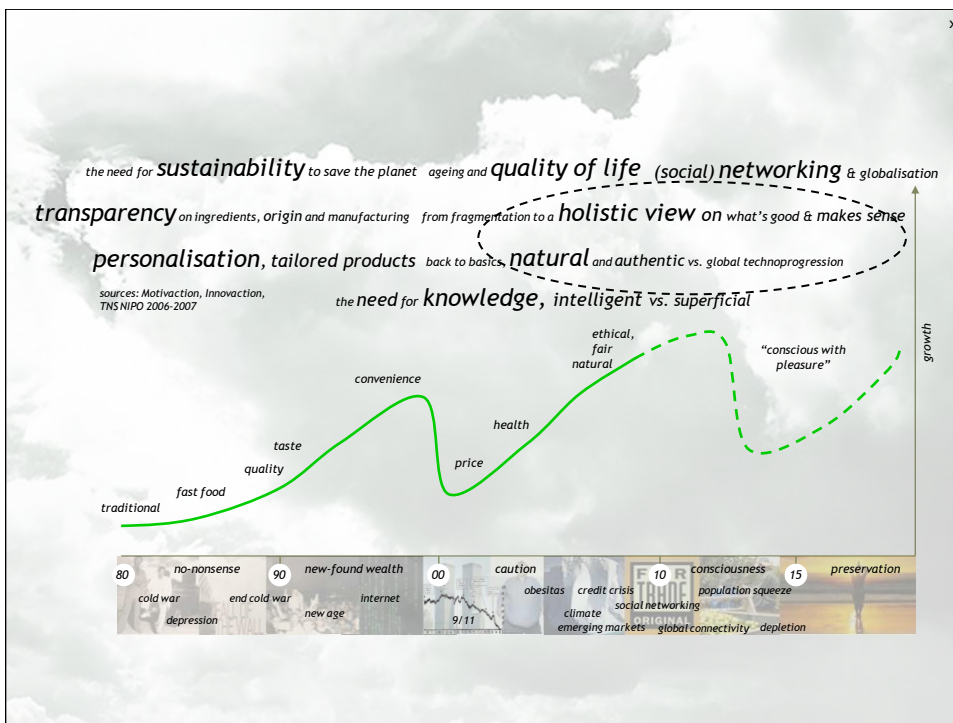
Hoe verder:

- Merkbijeenkomsten
 - Merkboek (o.a. op basis van merkateliers)
 - Uitdragen, uitnodigen en helpen
-

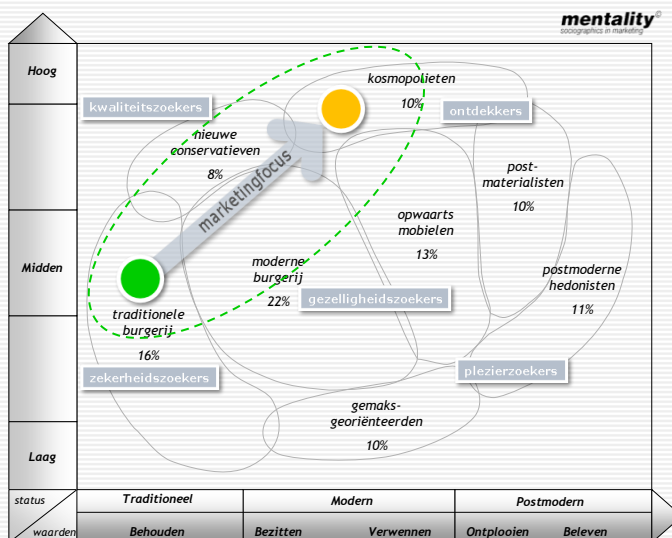
x

TERUG | EINDE

BLAUW BLOED ►
WAT BEGIN JIJ? ►



Marketingfocus



Blaauw Bloed!

Blaauw Bloed!

Ik ben moeder Dordt.

De oudste van de familie Holland.

Van nature ben ik rustig en vooral mezelf.

Ik ben bescheiden, m  r mijn zelfvertrouwen
laat me niet in de steek.

Mensen zeggen dat ik mooier ben dan
ik zelf besef.

"Water omgeeft de stad
die grondig vernieuwt
wat zij altijd al had."

Jan Eijkelboom

 Dordrecht Marketing

Blaauw Bloed!

ik zelf besef.

Ik mag dan op leeftijd zijn, maar ik ben nog
wel ondernemend.

Ik heb grootse plannen voor de toekomst.

Met mijn achtertuin, met het water dat door
mijn aderen stroomt en met het grootbrengen
van mijn kinderen.

Misschien ken jij me nog niet.

Ik zou het leuk vinden als je een keer langskomt.

"Water omgeeft de stad
die grondig vernieuwt
wat zij altijd al had."

Jan Eijkelboom

 Dordrecht Marketing