

Quote VVV Nederland:

De bijzondere plekjes van ons land, die maken VVV's zichtbaar én toegankelijk. Plaatsen die het ontdekken waard zijn, die de bezoeker verrassen en omdat het er plezierig toeven is. Het persoonlijk en gastvrij ontvangen van bezoekers op de bestemming, dat is waar VVV goed in is.

			BLZ
HOOFDSTUK	1	TOURIST & TRAVEL INFORMATION MEDEWERKERS: DE GASTHEREN EN GASTVROUWEN VAN DE REGIO	13
	1.1.	Inleiding	13
	1.2.	Wow, hospitality en attracties	14
	1.3.	Een gastvrije regio	16
	1.4.	Regio en city hospitality	17
	1.5.	De realisatie van een commercieel aanbod	18
HOOFDSTUK	2	DE VISITOR JOURNEY	21
	2.1.	Inleiding	21
	2.2.	Momenten van de waarheid	22
HOOFDSTUK	3	INSPIRATIE: VVV-IDEE	27
	3.1.	Inleiding	27
	3.2.	Doelgroepen	28
	3.3.	VVV-idee Noord-Nederland	36
	3.4.	VVV-idee Oost-Nederland	37
	3.5.	VVV-idee West-Nederland	38
	3.6.	VVV-idee Zuid-Nederland	39
HOOFDSTUK	4	INSPIRATIE VOOR VRIJETIJDINFORMATIE	41
	4.1.	Inleiding	41
	4.2.	Wat doen we in onze vrije tijd?	42
	4.3.	Vakantiebelevens	45
	4.4.	Vakantiedestinaties	48
HOOFDSTUK	5	INFORMATIE: NEDERLAND	51
	5.1.	Inleiding	51
	5.2.	Bestemming: Noord-Nederland	56
	5.3.	Bestemming: Oost-Nederland	58
	5.4.	Bestemming: West-Nederland	60
	5.5.	Bestemming: Zuid-Nederland	62
	5.6.	Bijzondere bestemming: grote steden	64
HOOFDSTUK	6	INFORMATIE: VERVOER, VERBLIJF, VERMAAK, VEILIG, VERANTWOORD EN VERNIEUWEND	67
	6.1.	Inleiding	67
	6.2.	Vervoer	68
	6.3.	Verblijf	72
	6.4.	Vermaak	78
	6.5.	Veilig en verantwoord toerisme	85
	6.6.	Vernieuwend	88



HOOFDSTUK	7	INSPIRATIE: COULEUR LOCALE	93
	7.1.	Inleiding	93
	7.2.	Website	94
HOOFDSTUK	8	COMMUNICATIE: INTERNET EN SOCIAL MEDIA	105
	8.1.	Inleiding	105
	8.2.	Zoekmachinemarketing	106
	8.3.	Weblogs	113
	8.4.	Social Media	115
	8.5.	Beoordelingssites	119
HOOFDSTUK	9	EEN VERRASSEND NIEUWE TOURIST & TRAVEL AANBIEDING	125
	9.1.	Inleiding	125
	9.2.	Klantenwens	126
	9.3.	Trends en ontwikkelingen in de markt	128
	9.4.	Passend aanbod	132
	9.5.	Calculatie	135
	9.6.	Promotie	143
HOOFDSTUK	10	INSPIRATIE VOOR INTERNATIONALE VISITORS	147
	10.1.	Inleiding	147
	10.2.	Holland branding & marketing strategie	149
	10.3.	Holland passies	152
HOOFDSTUK	11	REGIO- EN CITYMARKETING	163
	11.1.	Inleiding	163
	11.2.	Destinationmarketing	165
	11.3.	Branding	166
	11.4.	Tourist & travel information en destinationmarketing	169
HOOFDSTUK	12	REGIO'S EN STEDEN	171
	12.1.	Inleiding	171
	12.2.	Regio's	171
	12.3.	Kenmerken van regio's	174
	12.4.	Steden	178
	12.5.	Kenmerken van steden	180
	12.6.	De blauwe banaan	182
HOOFDSTUK	13	LANDMARKS, EVENEMENTEN & THEMAPARKEN	187
	13.1.	Inleiding	187
	13.2.	Landmarks	188
	13.3.	Evenementen	191
	13.4.	Themajaren en themamaanden	194
	13.5.	Cultuur en monumenten	195
	13.6.	Tuinen en parken	196



			BLZ
HOOFDSTUK	14	PLAN VAN AANPAK	199
	14.1.	Inleiding	199
	14.2.	Uitgangspunten	200
	14.3.	Inventaris	201
	14.4.	Trends en ontwikkelingen in de markt	201
	14.5.	SWOT	202
	14.6.	Branding	203
	14.7.	Themaregel	203
	14.8.	Productontwikkeling	204
	14.9.	Introductie	204
	14.10.	Kwaliteitsbewaking	205
	14.11.	Case: de Achterhoek	205
HOOFDSTUK	15	PRAKTIJKOPDRACHT	209
	15.1.	Praktijkopdracht P2/P4 – K1 – W1 Werft klanten en gasten	209
	15.2.	Praktijkopdracht P2/P4 K1 – W2 Promoot producten diensten	211
	15.3.	Praktijkopdracht P2/P4 K1 – W3 Stelt een passend aanbod op	213
	15.4.	Praktijkopdracht P2/P4 K1 – W4 Maakt een prijsberekening bij het aanbod	215