

TERUGBLIK SESSIE DIEVER ALS MERK 21 MEI '24

Op dinsdag 21 mei vond de derde bijeenkomst van het identiteitsprogramma plaats. Ook nu waren wij weer op locatie te gast. Dit keer bij Jeanet Sjabbens, van Installatiebedrijf en Electroworld Sjabbens. Al decennia een begrip in Diever en wijde omtrek. Een bewijs dat je met je bedrijf succesvol kunt zijn door een betekenisvolle fysieke plek met een sterke identiteit te realiseren.

Nadat Jeanet meer had verteld over de achtergrond en geschiedenis van het mooie familiebedrijf is er door Tom en Yvo teruggeblikt op de eerdere sessies. Waarom een identiteit zo belangrijk is, dat het meer is dan kortings- of spaaracties en dat het verder gaat dan conceptueel denken. Met identiteit geef je je merk, je winkel, je camping of je kern écht betekenis.

Via de identiteitsscan hebben wij meer zicht gekregen in de identiteit van ieder bedrijf en daarmee van de kern. Wij zagen dat er in Diever **3** **dominante rollen** aanwezig zijn:



Voorkeursrollen:

1. De goedaardige:
2. De beschermer:
3. De liefhebber

Daarnaast hebben wij met elkaar gekeken naar de **doelgroepen** in Diever waar wij op ons willen richten. De volgende doelgroepen kunnen wij onderscheiden:



1. De **Eigen inwoners** van Diever en directe omgeving
2. De **Regionale 'bewuste/gerichte' bezoekers** uit de omgeving
3. De **Recreant**; inwoners uit de omliggende regio die voor een dagje Diever kiezen.
4. De **Toeristische bezoekers**; de natuurliefhebber, fietser of wandelaar

VAN VOORKEURSROLLEN NAAR 3 EXPERIMENTEN

Op basis van deze voorkeuren zijn deelnemers uitgedaagd om experimenten te bedenken die goed zouden passen bij een van de voorkeursrollen en doelgroepen. Na een selectieproces waarbij deelnemers punten konden toekennen, is er een top 3 ontstaan:



1	Programma horeca & boswachter <i>Samenwerking met (horeca) ondernemers waarbij diner, boswandelingen en presentaties worden gecombineerd.</i>	<i>Lysander van Oossanen (boswachter)</i>
2	"Een ommetje met jezelf" <i>Ondernemers uit Diever die in samenwerking een 2/3 daagse aanbieden aan deelnemers om zich in de vrij natuur te ontwikkelen en uit te leven.</i>	<i>Ruwan Berculo (Villa BlauwHemel)</i>
3	"Jong ondernemend Westerveld" <i>Jonge/ startende ondernemers verenigen en helpen om zich opgenomen te voelen.</i>	<i>Jeanine van der Zijden (PaardEnHarmonie)</i>

De afgelopen weken is een eerste opstart gemaakt met de uitwerking van deze experimenten. Tijdens de bijeenkomst is de voortgang van de experimenten kort toegelicht.

En aan iedereen, aanwezig of afwezig, de vraag: heb je leuke suggesties die kunnen bijdragen aan het experiment? Zou je graag willen aansluiten bij de organisatie/uitvoering van één van deze projecten? Neem dan contact op met bovenstaande contactpersonen!

Daarnaast zijn de andere ideeën uit Diever en de experimenten uit de andere kernen besproken. Deze zijn ook terug te vinden in de bijlage. Mocht je hier leuke ideeën tussen zitten die je zou willen oppakken?

TERUGBLIK SESSIE DIEVER ALS MERK 21 MEI '24

Of wil je hier meer over weten? Dat kan! Neem dan contact op met de initiatiefnemer, en wellicht dat jullie hier samen alvast aan de slag te gaan. Het is geen probleem als dit experimenten uit een andere kern zijn.

Op verzoek van de deelnemers zullen wij daarom via Ondernemend Westerveld een overzicht verstrekken van de experimenten en de contactpersonen van alle kernen.

Zo kwam tijdens de avond ook het experiment “Een moment naar de camping met de ouderenzorg” voorbij ingebracht door Emile Bult (Camping Oldendiever). Tijdens de bijeenkomst bleek er toch veel enthousiasme te zijn om dit experiment gelijk op te pakken. Daarom is dit experiment als 4^e experiment toegevoegd aan de lijst. Dit betekent dat er dus 4 experimenten in uitvoering zijn.

4	“Een moment naar de camping met de ouderenzorg”	Emile Bult (Camping Oldendiever)
---	---	----------------------------------

Tip: Zoek jij cofinanciering voor jouw project? Denk dan ook eens aan Ondernemend Westerveld. Het aanvraagformulier is hier te downloaden: www.ondernemendwesterveld.nl/aanvraag-indienen/

WAT VALT OP ALS JE ALLE EXPERIMENTEN VAN ALLE KERNEN BEKIJKT?

Nadat alle experimenten uit alle kernen kort waren toegelicht werd de vraag gesteld: welke rode draad zie jij? We komen hierbij gezamenlijk tot de conclusie dat ondernemers vooral intrinsiek gemotiveerd zijn om zich in te zetten voor de eigen gemeenschap. Daar willen ondernemers extra tijd, geld en aandacht aan besteden. Gemeenschapszin is daarbij misschien wel het grootste gemeengoed waar de activiteiten van de kern aan moeten worden opgehangen.

Daarnaast valt op dat er behoorlijk wat samenhang zit tussen experimenten in de verschillende kernen: nieuwe ondernemers op weg helpen, bestaande ondernemers in contact brengen en meer bekend met elkaar maken, inwoners verbinden met bedrijven, ambachten enz. Dit biedt mogelijkheden voor samenwerking en vraagt om (enige) vorm van coördinatie. O.a. via de Koepel en Ondernemend Westerveld gaan wij kijken hoe wij enkele grotere thema's hierbij kunnen oppakken.

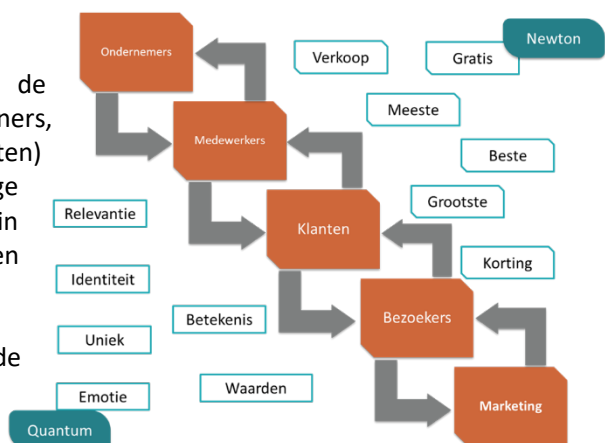
HET VERMARKTEN VAN DIEVER ALS MERK

De uitdaging is hoe wij Diever met elkaar kunnen vermarkten.

In Diever, waar de ondernemers zich graag willen inzetten voor de lokale gemeenschap, past de quantum manier het beste.

Hierbij wordt het DNA via de ondernemers, via de medewerkers richting de doelgroepen (inwoners, bewuste bezoekers, recreanten en toeristen) uitgedragen. En minder via marketing-achtige instrumenten zoals folders, brochure en flyers waarin wij verkondigen hoe goed, aantrekkelijk, interessant en veelzijdig het gebied is.

Natuurlijk vormen deze instrumenten een bepaalde basis voor toeristische promotie van het gebied, maar moeten niet de kern vormen van het vermarkten.



Dat zit in de verhalen, ervaringen en aanbevelingen van ondernemers en medewerkers die vol passie kunnen vertellen over het gebied en alles wat er te doen is. Daar ligt de kracht van de kern. Een groot deel van de experimenten is daar ook op gericht.

TERUGBLIK SESSIE DIEVER ALS MERK 21 MEI '24

Met dat perspectief kun je ook nadenken wat voor bezoekers aan het gebied een mooie herinnering zou kunnen zijn. Wij hebben hier met de deelnemers ook over nagedacht: wat kun je als Diever (maar wellicht ook vanuit Westerveld als gehele gebied) aan je bezoekers meegeven ter herinnering aan het bezoek?

Dat zou een authentiek kaartje kunnen zijn met een persoonlijk dankwoord. Maar nog veel leuker is het om iets tastbaars mee te geven als aandenken. Bijvoorbeeld een zaadje of plantje dat het natuurlijke gevoel uit Westerveld bij jou thuis brengt. Dat zou geweldig aansluiten op het gebied, ondernemerschap en gemeenschapszin.

BORGING VAN DE VERVOLGSTAPPEN?

Er is nu een aantal belangrijke stappen gezet. De bal ligt nu bij de deelnemers om met de experimenten aan de slag te gaan. En tegelijkertijd bij de lokale besturen en Ondernemend Westerveld om het proces te volgen, te coördineren en te borgen.

Hierover adviseren wij Ondernemend Westerveld. Mede aan de hand daarvan wordt er wellicht besloten voor nog een vervolgsessie direct na de zomer. Wordt vervolgd dus!

TOT SLOT:

Dank aan Jeanet voor het beschikbaar stellen van de ruimte en gastvrijheid. Succes met alle vervolgstappen, individueel en als groep! Wij hopen dat jullie de avond als waardevol hebben ervaren. Vergeet ons niet in te schakelen als je hulp nodig hebt bij je experiment of bij een vraagstuk van je eigen bedrijf!

CONTACTGEGEVENS

Tom Kikkert: +31 6 51 36 96 23 | info@tomkikkert.nl
Yvo Smit: +31 6 21 53 75 32 | info@revision-advies.nl

