

Intervisie 'Branding en positionering van winkelgebieden'

Beverwijk, dinsdag 28 augustus 2018



Retailagenda

12.00 – 13.00 uur:

Wandeling door het centrumgebied van Beverwijk / inloop

13.00 uur:

Lunch + start intervisie met voorstelronde, presentatie Beverwijk, discussie over twee rondes

16.30 uur:

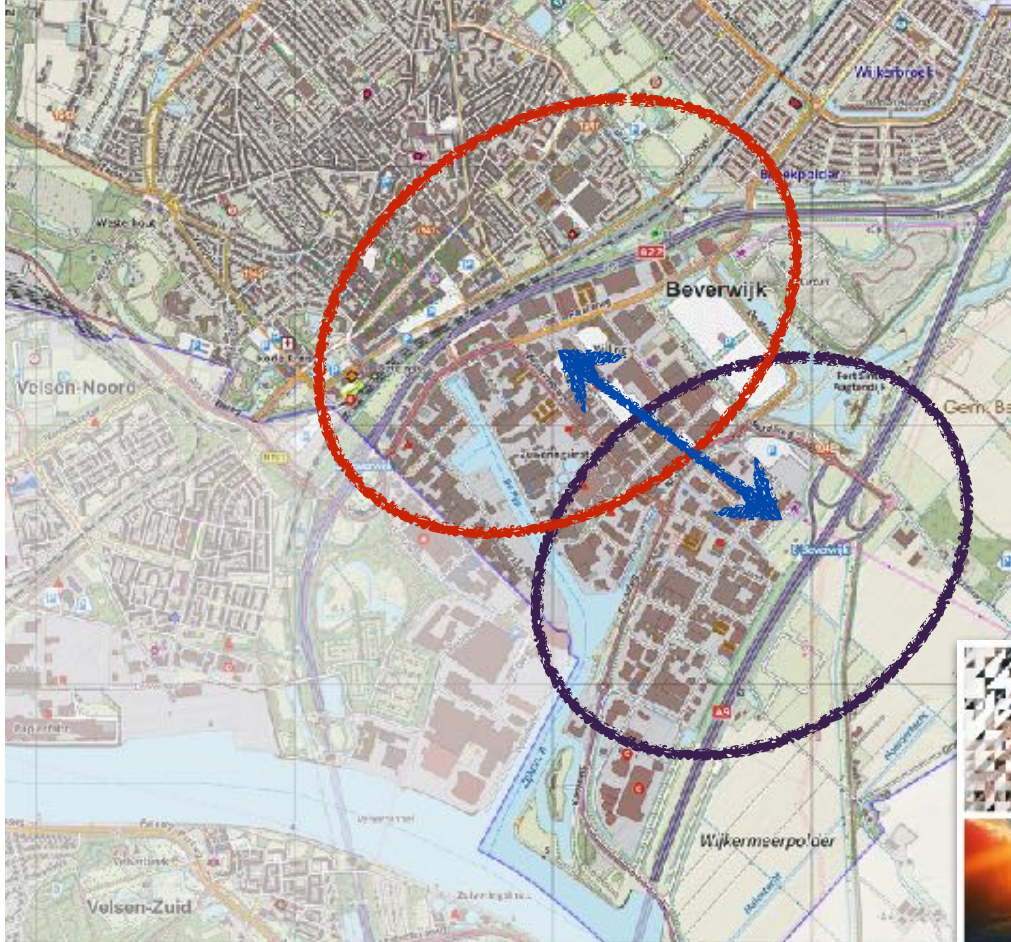
Einde intervisie en start borrel

17.30 uur:

Afsluiting



DNA traject



= *Primair gebied*



= *Secundair gebied*



= *Invloed op Identiteit*

Te identificeren gebied stad Beverwijk



Werkzaamheden Fase 1

DNA vaststellen

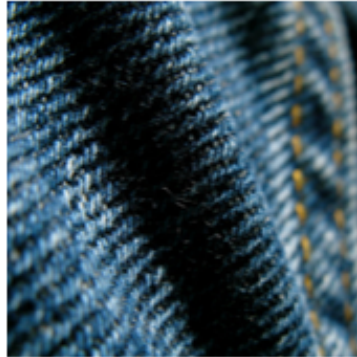


Ondernemend
Stoer
Trots
Samen
Zeikers
Kleurloos
Goedkoop
Chaotisch

Met een grote groep mensen is er in een sessie o.a. gekeken naar:

- Wat is het DNA van Beverwijk. Gebruik van beelden, kleuren, materialen en woorden door de deelnemers om dit uit te leggen.
- Wat zijn belangrijke historische gebeurtenissen die invloed hebben gehad op de huidige identiteit van Beverwijk
- Wat zijn de beeldbepalende bedrijven van Beverwijk?
- Welke evenementen zijn er in Beverwijk?
- Welke geuren, smaken, geluiden en dialect horen bij Beverwijk? En waarin is dit onderscheidend t.o.v. andere plaatsen?
- Wat is het aanbod van Beverwijk (Winkels, Natuur, Toeristische attracties, Hotels, Campings, Huisjes, Appartementen, Bed & Breakfasts, Restaurants, Strandpaviljoens, Sport & Spel)?
- De infrastructuur
- Werk en onderwijs

Materiaalkeuze



Pootaardappels

Handelsgeschiedenis en handwerken en één van de belangrijkste aardappeloverslaghavens ter wereld. De 'doe-drang' zit in de genen.

Denim

Ruig en stoer materiaal, ontwikkeld als bescherming voor mensen die zwaar werk doen. Slijtvast en herkenbaar. Maar denim is ook casual, informeel en voor de hele familie.

Kruiden

Beverwijk is een mix van van alles. Jong en oud, hoog- en laag opgeleid en van verschillende culturen en achtergronden. In Beverwijk komt het samen en dat levert een keur aan verhalen op. Een kleurrijk geheel.

Bling Bling

Is het patserig, over the top? Is het nieuw geld of is het gewoon nep Swarovski? In Beverwijk kom je het allemaal tegen. Want van een beetje glitter en glamour houdt men wel, ongeacht de dikte van de portemonnee.



Gefragmenteerd

Er is geen samenhang, maar wel een lappendeken van aan elkaar geplakte incidenten. Dat heeft veel moois maar ook veel minder fraais opgeleverd. Het levert daardoor een rommelig en onsamenhangend geheel op. Wie creëert het overzicht?

Bazaar

Onlosmakelijk verbonden met Beverwijk én een unieke onderneming

Kinetic balls

Zonder impuls van buiten komt het geheel niet in beweging. Maar eenmaal in beweging blijft het verrassend lang doorgaan. Reactief, niet vanuit zichzelf dus...

Jongen in de bus

Deze jongen laat zich comfortabel van A naar B brengen in de bus. Beverwijk is goed bereikbaar met OV en heeft goede uitvalswegen. Hij heeft zich aangekleed met bekende merken. Die merken bieden veiligheid als je niet zo zelfverzekerd bent. Het is een afspiegeling van het winkelhart met (nu nog) veel ketens, waarbij de lokale kwaliteiten onvoldoende het beeld bepalen.

Verband

Het Brandwondencentrum van Beverwijk heeft landelijke bekendheid. Dé specialist en er wordt continue hard gewerkt om de topositie te behouden.

Markt exotische groenten en fruit

Divers en exotisch. Beverwijk bestaat uit een grote mix van bekende en minder bekende zaken. Net als de groente- en fruitsoorten die je op de versmarkt tegenkomt.

Schaapshond

Deze hond staat symbool voor een doener, een harde werker. Hij helpt de herder om de kudde te verplaatsen. Hij is reactief, bedenkt niet zelf wat er moet gebeuren, maar zorgt er wel voor dat hij een onmisbare schakel is in het proces. En dat doet hij dan weer op een eigenwijze manier

Dame aan de bar

Kleurrijk en divers. Meer gezelligheid, terrassen en meer uitgaanscultuur is een ambitie van de Beverwijker.

Kaasplank

Heerlijk genieten van een kaasplankje. Beverwijk heeft een aantal bijzondere ondernemers; de 'local heroes'. Zij die het lef hadden om dingen anders aan te pakken en hun kop boven het maaiveld uit te steken. Deze pareltjes moeten een inspiratiebron zijn voor de rest, zodat ze met elkaar het niveau omhoog kunnen stuwen.

Vrachtwagen

Beverwijk is in beweging. Er ligt een uitgestrekte weg vol met mogelijkheden in het vizier. De vrachtwagen staat voor de logistieke kracht.

ID Board & Key Values Beverwijk



- Minderwaardigheidscomplex*
- Gefragmenteerd*
- Reactief*
- Gewóon doen en gewoon dóen*
- Kleurrijk*
- Wijkers zijn géén zeikers!*

Na het zien van de identiteit, de concurrentie, de kansen,
trends en ontwikkelingen in de markt is

Het Marketing Landscape voor Beverwijk

dus logischerwijs....

Beverwijk,

Mozaïek van bedrijvigheid



Mozaïek

- De kracht van veelzijdigheid
- Veel kleine stukjes vormen samen één geheel

Bedrijvigheid

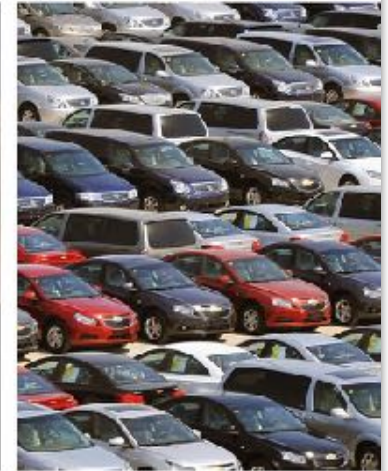
- Altijd reuring, altijd wat te doen
- Ondernemerschap wordt beloond

Betekenis 'bedrijvigheid'

Je hebt gezocht op het woord: bedrijvigheid.

be·drij·vig·heid (de; v)

- 1** werkzaamheid
- 2** levendigheid



Diversiteit

Beverwijk bestaat uit een mix van verschillende mensen, bedrijven en bebouwingen. Dit zijn de mozaïekstukken die een kleurrijk geheel opleveren. Met deze diversiteit vertelt de stad verschillende unieke verhalen.

Verbinden

Beverwijk is sterk in het maken van verbindingen; verbindingen tussen wegen, water en tunnels; verbinden (zorgen voor) mensen (brandwondencentrum, heliomare) en verbindingen tussen ondernemers. De verbindingen zorgen er voor dat het geheel meer is dan de som der delen en dat er steeds weer nieuwe kansen en ontwikkelingen ontstaan. De verbindingen en interacties tussen de verschillende ondernemers is een kracht van Beverwijk, waarmee zij zich onderscheid binnen de MRA .

Fusion 2.0

Het samenbrengen van de beste elementen van verschillende smaken / stijlen / technieken / kennis en expertise geeft kansen voor vernieuwende concepten. Beverwijk geeft ruimte en heeft een klimaat voor experimenten. De Bazaar, de meubelboulevard en het brandwondencentrum zijn hier niet voor niets hier ontstaan (Fusion versie 1.0). In de Fusion versie 2.0 is ruimte voor nieuwe smaken, stylen, kruisbestuivingen en bedrijvigheid die passen bij deze tijd en waarvan we nu nog niet weten dat ze straks een onmisbaar gat in de markt opvullen.

Grow - up

Beverwijk is dé plek waar je als ondernemer je vleugels kunt uitslaan en doorontwikkelen en kunt opgroeien. Het is dé plek waar je als start-up naar toe verhuist om volwassen te worden. Met name gepassioneerde A-typische bedrijven en bedrijven gerelateerd aan de maakindustrie en handel, die de bestaande diversiteit versterken of een kruisbestuiving willen aangaan passen binnen het DNA van de stad.



ID Board en Key Values (kernwaarden)



Minderwaardigheidscomplex

Gefragmenteerd

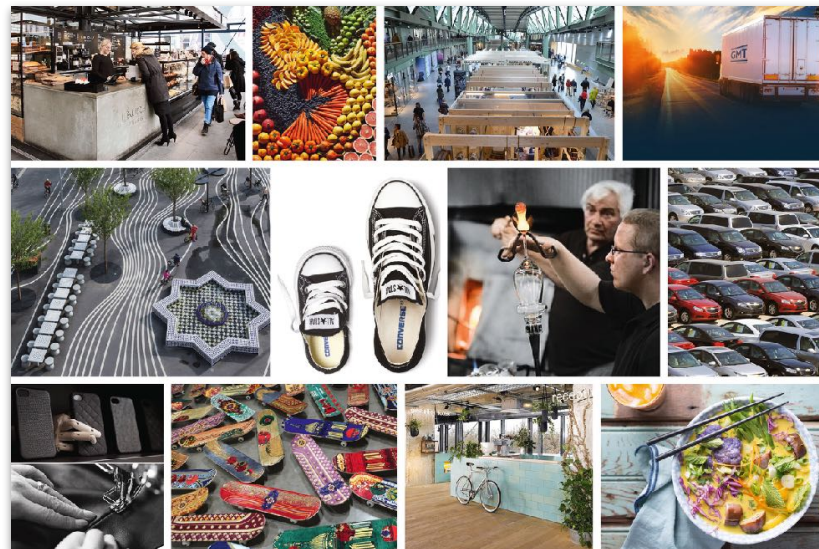
Reactief

Gewoon doen en gewoon dóen

Kleurrijk

Wijkers zijn géén zeikers!

Marketing Landscape en Brand Values (selectie criteria)



Beverwijk
Mozaïek van bedrijvigheid

Diversiteit

Fusion 2.0

Verbinden

Grow-up



DNA vertalen naar Branding

Stap 1:
Koersbepaling vanuit draagvlak

VERWACHTINGEN

Goed resultaat op plan uitrol
DNA Beverwijk
Handjes en voetjes aan DNA
Lang leve de verrassing
Van elkaar leren

Dat we tot een opzet komen / piketpaaltjes
Fundament voor volgende sessies
Mooie eerste start om de Beverwijker
weer terug te krijgen

COLLECTIEVE INPUT Mozaïek van bedrijvigheid ▪ Optelsom van unieke elementen vormen één geheel ▪ De kracht van de diversiteit ▪ Het rondje Bree van vroeger teruggebracht naar de tijd van vandaag ▪ Nostalgie zat in de bomen (118 stuks) ▪ In verleden hele succesvolle dingen gedaan. Herhalen? ▪ Verblijfsduur verlengen ▪ Samenstelling in winkel-/ horeca aanbod variëren ▪ Gedeeld gedachtengoed / draagvlak ▪ Van boekje naar beweging ▪ Kritisch aan de slag met de ▪ Customer Journey Beverwijk (Disney case) ▪ Optimaal gastheerschap ▪ Meer regie voor samen ▪ Elkaar beter informeren ▪ Ook TROTS zijn op wat we tot nu toe gezamenlijk hebben bereikt

DOEL Dat de Beverwijker weer meer in Beverwijk gaat besteden (65% van de euro's wordt buiten Beverwijk besteed). Middels: MedeMerkers die het het nieuwe DNA van Beverwijk kennen, omarmen en uitdragen.



DIVERSITEIT

- Werven nieuwe winkels
- De Industrie / de haven van Beverwijk meer integreren in het winkelcentrum
- Brand stores? TW Steel, Mucha Boxers. Bazar (kruiden), Reijnders, Brandwondencentrum, Bamboe fietsen
- Made in Beverwijk
- Onderscheidende themakalender (case winterjas)
- Componenten samenvoegen / halffabrikaten
- Diversiteit van buiten naar binnen brengen
- Diverse shoppingroutes, bijvoorbeeld fashion of culinair

ATTRACTIEF EN GASTVRIJ

- Etaleren buiten je winkel, conform de lat: "Echt Beverwijks"
- Warm welkom
- Aantal grootschalige evenementen uitnutten (liever paar grote, dan vele kleintjes)
- Vrij parkeren
- Uithangbord voor iedere winkel
- Collectieve sluitingstijden

FUSION 2.0 / EIGENZINNIG

- NOVA college, detailhandel stages
- NOVA eigen winkelpand
- Snelschaken op de Bree
- Alles zwart wit (concept schaken)
- Blurring meer integreren
- Tata Steel doortrekken naar kunst, muziek, doe objecten van staal
- Panden Parade 2.0

VERBINDEN

- Van elkaar leren
- Delen van succesverhalen:
- Ronald Adventure
- Buddy Programma
- Beverwijk Shopping Academy
- Dag van de zorg, inspelen op actuele thema's, ook niet commercieel
- Betrokkenheid tonen in de gemeenschap. Centrum Beverwijk steunt....

GROW UP / DOORONTWIKKELEN

- Grow Up Challenge / Dragon's Den achtig
- Hall of Fame van Beverwijk
- Woon & Werk combineren

**FUNDAMENT VOOR VOLGENDE
SESSIE 27 NOVEMBER 2017**
(vanaf 18.00 uur)

**BOEIEND
BLOEIEND BEVERWIJK**

Boeiend: Attractief, gastvrij en divers
Bloeiend: Verbinden en doorontwikkelen Beverwijk

Vragen vooraf aan iedere winkel:

- Wat doe jij om attractief te blijven met jouw winkel?
- Wat doe jij om gastvrij te zijn?
- Wat doe jij vanuit jouw winkel op het gebied van verbinden en samenwerken?
- Welke stappen zet jij om jouw winkel steeds verder door te ontwikkelen?

Tijdens de sessie geeft iedere ondernemer in maximaal 3-5 minuten zijn / haar antwoorden op bovenstaande vragen. Nadat we die volledige ronde gemaakt hebben, gaan we gezamenlijk in co-creatie brainstormen aan de slag met hoe we deze kennis kunnen remixen naar het collectieve "warenhuis" Beverwijk.

Werven van deelnemers voor deze sessie middels "straatmanagers" (winkeliers die leaflets met informatie over deze avond langsbrengen bij collega winkeliers in de straat).

Het zullen straks vooral de de daden zijn die de waarden werkelijk tot leven laten brengen. Daarnaast is de suggestie gegeven om straks met een DNA ambassadeur te gaan werken (iemand die hiervoor wordt aangesteld).

Bezoek & Beleef Verblijf & Verbaas Winkel & Verwonder Gastvrij & Genieten

Zo zorgen we ervoor dat de Beverwijker er ook in gaat geloven:

TROTS zijn en trots uitdragen ▪ Geregeld flyers verspreiden over nieuwe winkels, renovatie, stationsplein etc.: Beverwijk Bloeit ▪ Column in de krant: De Positieve Pen ▪ Aantrekkelijke stadsgids met plattegrond en advertenties. Alles wat Beverwijk Biedt. ▪ Eenduidig positief verhaal vertellen over ons centrum met alle successen ▪ **Dat we elkaar onderling blijvend motiveren, stimuleren en helpen waar nodig / mogelijk** ▪ De veranderingen duidelijk laten zien: film, foto's, verhalen en delen op social media en via website ▪ Kracht van herhaling benutten, positieve verhalen blijven vertellen ▪ Meer samenhang / samenwerking tussen de verschillende straten ▪ We zijn samen medemerkers van ons Beverwijk ▪ Koop lokaal / bij elkaar ▪ **Alleen ga je sneller, maar samen kom je verder** ▪ 10 sterke punten van Beverwijk campagne (als 7 zekerheden campagne Jumbo) ▪ Afgestemde openingstijden, koopzondagen en koopavonden

Evenementen jaarkalender opstellen ▪ **Promotieteams inzetten** ▪ Entertainment in het centrum ▪ In plaats van kortingen, bonnen cadeau geven van burens. Verkoop emotie! ▪ Verfraaien gevels en aanlichting hiervan ▪ Horeca toevoegen in midden en einde van de Bree, langer verblijf klanten ▪ **Uitdragen van ons merk / DNA** ▪ Betere bewegwijzering (app?) ▪ Ook evenementen voor mannen (auto's, motoren, industrie) ▪ **Gastvrijheidstrainingen** voor ondernemers en medewerkers ▪ Mystery guest ervaringen meenemen ▪ Social media trainingen voor alle ondernemers en medewerkers ▪ Website www.beverwijkwinkelstad.nl/ verjongen / verfraaien ▪ Aantrekkelijke customer journey (vanaf aanrijden tot en met de winkels / horeca) ▪ Gastvrij parkeren (service / ondersteuning, blauwe zone) ▪ Bij toevoegen ondernemingen vooral **inzetten op midden en hoger segment** ▪ Herenmode, Kinderkleding, Wijnhandel, Rituals, Sacha, Footlocker ▪ Tijdelijk invulling lege panden: Kinderparadijs met opvang ▪ In de winkelstraten iets creëren voor kinderen, mogelijk ism TW Steel ▪ Beverwijk app, info over winkels en horeca. Promotie, o.a. bij parkeerautomaten, website, winkels etc. ▪ Koppelen met een bekende Beverwijker? ▪ Niet roken voor de winkel / verzorgd aangezicht van de winkel / horecagelegenheid ▪ Brandstores van Beverwijkse producten: Bamboe, Mucha Boxers, TW Steel ▪ **Afgestemde openingstijden, koopzondagen en koopavonden** ▪ Grootchalige Gastvrij actie vanuit alle winkeliers / horecagelegenheden

Op deze manier transformeren we Beverwijk naar het meest gastvrije en attractieve winkelgebied van de regio:

**MAANDAG 22 JANUARI 2018
WAT GAAN WE DOEN?**

DE INGREDIËNTEN:

- Ontvangst met eten
- Presentatie met wat de afgelopen 3 jaar gerealiseerd, met additionele toelichting op het vernieuwde DNA
- Presentatie met uitkomsten eerste twee avonden
- Samen kiezen uit alle suggesties van op te pakken zaken (stickers)
- Vanuit co-creatie diepgang geven aan de gekozen suggesties (splitsen in groepen)
- Werven van meedenkers en meedoeners voor de gekozen actiepunten. Wie denkt en doet er mee?
- Suggestie: Werken met aansprekende spreker als Jos Burgers, Ben Tichelaar of juist met een aantal succes verhalen van Beverwijkse ondernemers

Beverwijk. Je komt er terug ▪ Beverwijk daagt je uit ▪ Beverwijk: winkelen zonder weerga! ▪ Kansrijk Beverwijk



DNA vertalen naar Branding

Stap 2:
Gezamenlijke keuzes actieplan



WAT GAAN WE DOEN IN 2018?

Beter inspelen middels gezamenlijke activiteiten

- Marketing + communicatie (een regie)
- Bijdragen W.V. Verplicht

Samenwerken + gunnen

- Beverhof
- Breestraat
- Zeestraat
- Begijnenstraat

Voorjaar

- Pasen + Pinksteren
- Koningsdag
- Food-Horeca-shows

- Vader / moederdag
- Uitdeelacties

Najaar

- Grote fashion-shows
- Food-Horeca-shows

November / december

- St. Maarten
- Intocht Sint
- 5 december
- Kerst
- Oud & nieuw

Organiseren drie jaarlijkse evenementen

- Groepsopdrachten
- Catwalk op de hele Breestraat
- (I.c.m. B'wijk showt) Achter de schermen in Beverwijk
- Wijn evenement. 10,- euro per glas: Voorbeeld winkel Purmerend
- Duurzaamheid 13 oktober
- Kruidenmarkt / bazaar op straat (Breestraat)

Gastvrij parkeren + betere wegbewijzing

- Wij willen niet denken aan de mogelijkheid als het niet door gaat
- Buiten de Breestraat en het Meerplein - Slangenvesie Beverhof, blauwe zone vanaf 14:00 uur
- De Beverwijker gaat naar Heemskerk voor boodschappen
- 10 cent per uur, zie Beethovenstraat

Gastvrijheid stimuleren

- Eerste 5 minuten gratis parkeren
- Vooral acties promoten op drukke momenten. Vaderdag / Moederdag / Valentijn / Kerst
- Prullenbakken
- Meer hangplekfaciliteiten in Beverhof, meer verblijfplezier. Meerplein!
- Elke zaterdag muziek / activiteiten op straat
- Aanrijroute is onduidelijk
- Mogelijkheid linksaf te kunnen onder tunneltje

Het fysieke gebied optimaliseren

- Schoon, opgeruimd en veilig winkelgebied
- Plakfolie op de ramen
- Pandeigenaren aanspreken op het schoonhouden van de voorkant
- Zelf initiatief nemen
- Positiviteit op Chainels
- Aanlichten mooiste gevels
- Entree schoonhouden & Luifels schoonhouden
- Niet roken voor de deur en ook niet bij de buurman
- Aangezicht van Breestraat moet samen aangepakt worden (hier een potje voor maken)
- Conciërge Breestraat
- S.I.G. Inzetten als conciërge
- Aanspreekpunt / coördinator
- Niet onnodig hekken plaatsen
- Uniformiteit in uithangborden
- Digitaal bord actueel
- Nieuwe leden gemeenteraad uitnodigen
- Muziek op straat

Werving nieuwe ondernemers

- Inkooporganisaties benaderen
- Waar is behoefte aan in Beverwijk?
- Slager/Groenteboer voor meer traffic
- Wij als winkeliers mensen met nieuwe ideeën aandragen
- Bestaande ondernemers informeren en aandragen
- Zie je een nieuw idee draag het aan
- Positieve vibes
- Circuit leden en niet leden benaderen
- Advertenties zetten over Beverwijk
- Ondernemers die behoefte creëren aandragen

Benutten digitale kanalen

- Applicatie bij binnenkomst Beverwijk/Station etc.
- Meer promoten van het digitaal parkeren
- Roterende reclame bij de ingangen
- Facebook (Iedere winkelier 'delen' van andere winkeliers)

Lege etalages tijdelijk benutten

- Verenigingen materiaal laten promoten om leden te werven
- Scholen benaderen voor thematische projecten, creaties van kinderen in etalages (Bezoek door ouders zorgt voor traffic)
- Prijsvraag creëren in het centrum (route langs de lege panden)
- Thema decoratie met Sinterklaas/Kerst
- Prijzen afspreken met eigenaren per maand om etalage te huren om spullen te promoten (Duidelijk openbaar schema, waar je op kan inschrijven)
- Prikbord maken met reclamemateriaal in de ramen
- (Winkel-)Feitjes informatie, geschiedenis over Beverwijk (Oude foto's)
- Bestikking à la Wijkerbaan (Begin jij hier de winkel die wij missen?)
- Kunst expositie
- Eigenaren van de panden aansturen tot schoonhouden van de panden, vegen ramen lappen, etc.
- Open dag, open winkelroute (Openhuizenroute)



DNA vertalen naar Branding

Stap 3:
Borgen Beweging



Algemeen

- Aanmaken app groep per werkgroep
- Volgende ontbijt vindt plaats op woensdag 28 maart 2018 om 08:00 uur
- Locatie: Flex & Connect, Hobbesteeg 4 Beverwijk

Gezamenlijk bestuur Beverwijk

- Gezamenlijke stip bepalen, Beverwijk in 2021?
- Regie-functie, over en weer weten wat er speelt. Eenheid -> 1 club, 1 team
- Contact opnemen met de Smaeckamer en Brafoer
- Inschakelen Irene Pasveer (copy) en Maarten Niesten (art)?
- Vast inkomen / Inzet aanjaagfonds?
- Aanhaken achterban vanuit positiviteit
- Van elkaar leren, slimmer worden en daar collectief de vruchten van plukken

Ontbijtdata

- Woensdag 21 februari
- Woensdag 28 maart
- Woensdag 25 april
- Woensdag 30 mei
- Woensdag 4 juli
- Woensdag 5 september

Organiseren 3 jaarlijkse events

Preuvival Beverwijk (26 mei)

- Jordy Geel contacten
- Reindersfoodfashion / ome Pietje contact opnemen
- Smaakkamer Brafout
- Vrij parkeren?
- Wat is de huur?
- Muziek?
- Hoeveel stands?
- Wijnproeverij, glas 10 euro (wijntocht)
- Ieder zijn specialiteit laten proeven

Beverwijk showt (september)

- Radna contacten
- Niet alleen fashion
- Achter de schermen
- Duurzame tas
- Samenwerkingen / mozaïek concepten
- Kinder workshops
- Kook workshops / Live Cooking
- Bijzondere culinaire acts
- Droog ijs
- Stands zoeken

Contacten en informatie

- Ophalen bij Inge Reijmer en Daniëlle Kaandorp vh van absurd eten en drinken

Gastvrij parkeren

- Cijfers ontvangen van Jorge van Vliet en daarna aan de slag
- Wat is het beleid van de gemeente? Informatie kan opgehaald worden bij het Bestuur van centrum, Paul Veldt en Peter Veldhuis
- Financiële onderbouwing waarom er mogelijkheden zijn voor een ander parkeerbeleid
- Een reëel voorstel maken voor gastvrij parkeren

Lege etalages

- Kansen voor invullen lege panden met projecten via scholen, informatie kan ook opgehaald worden bij Inge Reijmer die hiermee al bezig is geweest
- Mogelijkheden om op creatieve wijze de lege etalages te verfraaien, middels folie/posters en andere kansen als opvulling
- Schone en opgeruimde etalages

Gastvrijheid centrum

- Uniformiteit straatborden.
- Uniformiteit qua prullenbakken, adopteren door ondernemers in de straat
- Verbeteringen van digitale kanalen van het centrum voor de klant
- Conciërge/coördinator Breestraat

Algemeen

De doelen van de ontbijtsessies

- De status vanuit iedere werkgroep wordt met alle aanwezigen gedeeld en er wordt tevens aangegeven welke acties er de komende weken (tot en met het volgende ontbijt) worden opgepakt.
- Vanuit iedere werkgroep concreet aan de slag met realisatie doelen.

Welke rol wordt binnen de ontbijtsessies verwacht van Platform de Nieuwe Winkelstraat (Jorge van Vliet) / Aan Zee (René Hendriks)?

- Activeren
- Modereren
- Inspireren
- Ondersteunen en meedenken

Per ontbijt verrichten wij de volgende werkzaamheden:

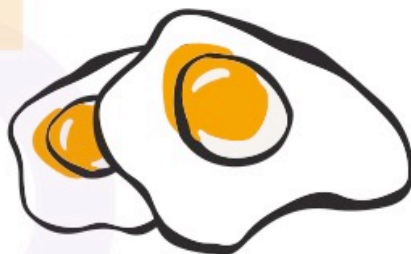
- Voorbereiden
- Sessie
- Verslaglegging in een poster

De doelen van de ontbijtsessies

- Het uitnodigen van de werkgroepleden
- Het verzorgen van de locaties voor de ontbijt sessies
- Het uitvoeren van de gestelde doelen
- De communicatie via Chainless

Stichtingsoverleg

Daarnaast zal Platform de Nieuwe Winkelstraat (Jorge van Vliet) aanwezig zijn bij het Stichtingsoverleg 1 x per 3 weken.





On tbijtdata

- Woensdag 25 april
- Woensdag 30 mei
- Woensdag 4 juli
- Woensdag 5 september

Gastvrijheid centrum / Lege etalages / Gastvrij parkeren

- Uniformiteit straatborden en prullenbakken (zoals in Zaandam), hoe zouden we dit mogelijk willen? Kijk ook naar bewegwijzering (Joure?). Hier wordt nog verder over nagedacht.
- vanuit gemeente wordt gestart met project de drie straatjes en centrum met handhaving met oa senior handhavers. De exacte datum van de start is nog niet bekend
- Buurtwinkel SIG, voorzichtig opstarten met papierprikken etc. Is pilot en wordt betaald vanuit project Zwerfafval
- 1 keer per week worden plantenbakken geschoffeld en bijgehouden vanuit het project herinrichting Breestraat t/m eind van dit jaar. Daarna gaat dit over naar de gemeente
- Komt een schouw met de HVC
- Beverwijk meer op de kaart zetten. Suggestie is gedaan voor een app alleen deze is als gevolg van kosten / baten voorlopig geparkeerd. Andere mogelijkheden zijn bijvoorbeeld een wegwijzer of met kleine boekjes vanuit de winkels... De Gemeente geeft aan dit graag samen met de groep gastvrij verder op te pakken

- Mogelijkheden bekijken voor exposure via TV en Radio, denk aan RTVNH, maandelijks 1 miljoen hits en veel luisteraars en kijkers. Ook kijken naar social media.
- Checken met Almere, hoe zij het gedaan hebben met de app?
- Welkomstbord in Beverwijk?
- Er wordt een werkgroep: GASTVRIJ aangemaakt op Chainels
- Voor volgende keer zal de werkgroep ook visueel foto's en ideeën meenemen
- Actie ondernemen met lobby voor parkeren bij nieuwe raad

Organiseren 3 jaarlijkse events

- Gesprek met ome Pietje heeft voor samenwerking met Preuvival (25 / 26 mei) helaas weinig opgeleverd. Wordt nieuwe afspraak gepland met Elles en Jeroen en samen met Paul.
- Wordt gekeken om wel iets te kunnen met de autootjes
- Beverwijk Verwent wordt op 12 mei georganiseerd
- Op 19 mei is de Vroege Vogelactie
- Brainstorm geweest met Used Products over de Beverwijkse Tas. Op 5 april is er een afspraak met Bamboe
- Anneleen wordt gepolst voor Beverwijk showt (bij voorkeur laatste weekend / 30 september).
- Monique wordt toegevoegd aan werkgroep evenementen op Chainels

Gezamenlijk bestuur Beverwijk

- Zijn druk bezig geweest met de lichtkunst. Zijn van mening dat het verrassend goed is geworden
- Organiseren nachtwandeling?
- Wordt gewerkt aan het logo
- Is overleg geweest met VVE
- Vullen van de panden gaat gestaag door. Voor invulling lege etalages check Kees Dingeler en Ron Groen.

Communicatie via chainels

- We zoeken een beheerder vanuit de ondernemers, wellicht per onderwerp? Afval, groenvoorziening etc
- Laten we proberen om de communicatie zoveel mogelijk positief te houden. Niet alleen signaleren dat iets niet goed is, maar ook nadenken / aangeven wat je er zelf mogelijk al aan hebt gedaan
- Met elkaar houden we het ook schoon, hoort ook bij het ondernemen. We moeten niet altijd de verantwoordelijkheid afschuiven
- Zou een goed idee zijn om een "opfris" moment te pannen rondom het gebruik van Chainels
- Afgesproken dat we hier tijdens de volgende sessie wat uitgebreider bij stil staan
- We kijken wie er nu veel reageert en nodigen hen ook uit

Agenda volgende ontbijtsessie 25 april 2018

Roast Beens, Breestraat 140

- Update vanuit werkgroep Gastvrij / lege etalages / gastvrij parkeren -> circa 20 min.
- Update vanuit organiseren 3 jaarlijkse evenementen -> circa 20 min.
- Update vanuit bestuur -> circa 20 min.
- Gebruik Chainels -> circa 20 min
- Overleg start om 08.10 uur (ontvangst vanaf 07.50 uur)
- Zeg je niet drie dagen van te voren af per mail bij Inge Reijmer dan worden de kosten voor het ontbijt in rekening gebracht





Algemeen

- Beverhof is verkocht. Er is een nieuwe eigenaar. Vanuit de Beverhof hebben we op dit moment geen ondersteuning bij de werkgroepen (aanspreekpunt is Peter Kieft). Er zal een afspraak gemaakt worden tussen Peter, Henry en René om Beverhof mogelijk verder aan te haken bij de werkgroepen en de activiteiten. Voornaamste doel is kennisuitwisseling over de verschillende zaken.

Gezamenlijk bestuur Beverwijk

- Wordt gewerkt aan een visie voor de toekomst

Ontbijtdata

- Woensdag 30 mei, bij Bakker Bart Beverhof
- Woensdag 4 juli, bij het Begijnenhof in de Begijnenstraat
- Woensdag 5 september

Evenementen

(Ratna en Monique)

- Beverwijk showt (iedereen kan showen). Er komt een plan de campagne
- Beverhof wil graag aansluiten. (Was dat bij Beverwijk verwend? Dacht het wel) Ratna en Peter zullen hierover contact hebben, zodra er concreet meer bekend is →

- Evenementenkalender van Beverhof wordt door Peter gedeeld met Monique
- Preuvival is een gesprek geweest met organisatie. Loopt nu beter. Wordt gekeken naar het opzetten van een extra actie voor de winkeliers. Kan straks mogelijk ook een auto in een lege winkel worden neergezet
- Komen straks circa 100 auto's te staan op zondag van Preuvival, tussen 13.30 en 15.00 uur. Het zijn Copen/autos soort herbie autos.
- Worden neergezet vanuit het midden van de Breestraat en vanuit daar uitgewaaid
- Verzoek om nog meer evenementen te stretchen / verspreiden over de hele Breestraat. Hier wordt naar gekeken, maar moet ook rekening worden gehouden met verkeersveiligheid.
- Het laatste gedeelte van de Breestraat mag ook voor evenementen ingezet worden / kan afgesloten worden. Suggestie om dan buiten het Preuvival tegelijkertijd iets anders te organiseren. wel op tijd hiervoor een vergunning aanvragen. voor afsluiten van straat is altijd een vergunning nodig.
- Suggestie om zaken te organiseren aan te haken op Preuvival middels kleine vergunningen. Komt op chainels uitleg te staan wat wel of niet via melding/ klein evenement kan.
- Vraag wordt gesteld om tijdens Preuvival langer open te blijven. Wordt vastgesteld dat dit jaar niet te doen en af te wachten.
- Er is een proef gemaakt voor de Beverwijk tas. Met bamboe stof en denim. We wachten het sample af.

Gastvrijheid

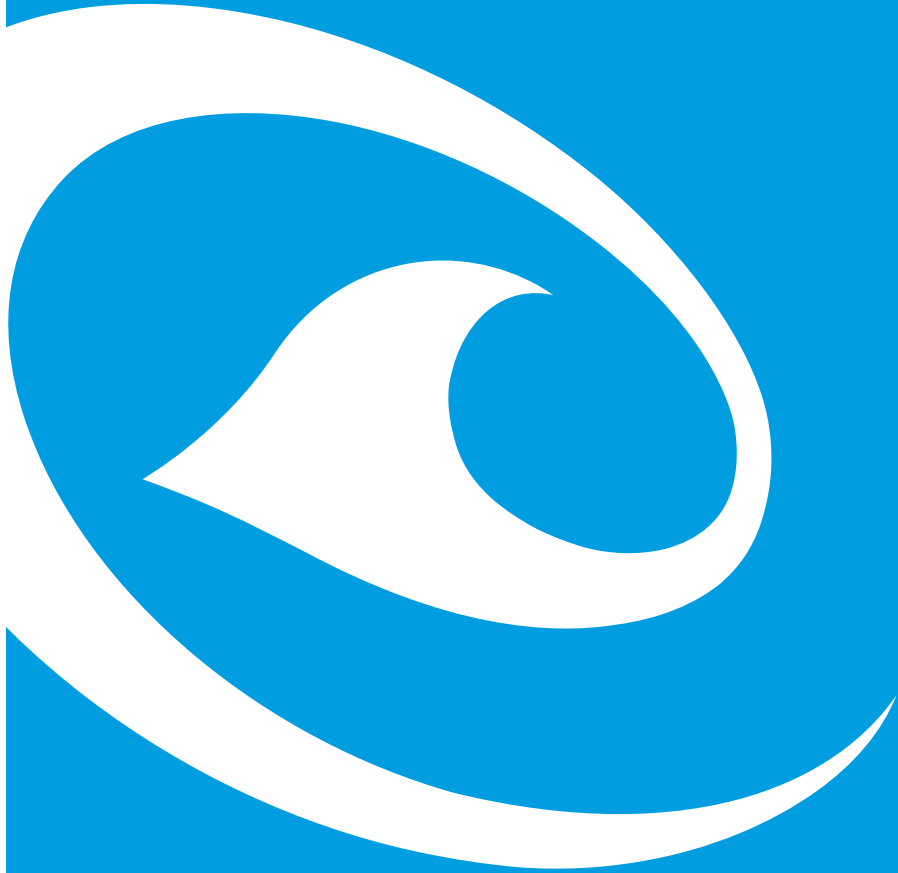
- Idee is om te werken aan gastvrijheidsboekje met plattegronden, relevante informatie, winkelroutes, advertenties. Vraag is of alle ondernemers erin komen of alleen het centrum. Boekje wordt uitgedeeld vanuit de winkels en middels evenementen. De gemeente wil ook wel meehelpen qua financiering voor het algemene gedeelte. (Financiering binnen budget wat we hiervoor hebben.) Suggestie om te koppelen aan Wijk aan Zee. Krachten bundelen? Story Telling. Check info boekje Rotterdam of Haarlem Hip Shops
- Meer dan 60% van de bezoekers komt niet uit Beverwijk of Wijk Aan Zee
- Suggestie om te werken met uniforme vlaggen te gaan benutten op bijvoorbeeld zaterdag...
- Lege etalages, werkgroep heeft geen beschikking over de adressen. Check Ron voor inventarisatie voor welke etalages beschikbaar zijn. Inge zal een overleg organiseren tussen de werkgroep en de stichting Vastgoed. Suggestie om vanuit onze zijde hiervoor een presentatie te geven.
- Parkeren in Beverwijk gebeurt betaald van 09.00 - 17.00 uur. Dus bijv. koopavonden is het gratis.
- Vanuit de gemeente wordt gewerkt aan een info flyer voor het parkeren. Dit wordt verder vanaf mei opgepakt (na vorming nieuwe college). Wordt afgesproken om het parkeren even te parkeren tot het nieuwe college bekend is. Vanaf dat moment verdere actie ondernemen door VVE en stg Beverwijk Centrum namens alle ondernemers. →

- Er zijn meer werkgroepleden nodig voor het onderdeel parkeren.
- Jorge biedt aan om meer ondersteuning te bieden. De werkgroep gastvrij geeft aan dit graag te willen.

Chainels

- Gesloten systeem voor de ondernemers van het centrum Beverwijk en belanghebbenden (politie, gemeente, vastgoed etc.).
- Schoon, heel, veilig worden vooral opgepakt en daarnaast veel communicatie (vooral vanuit ondernemers)
- Verzoek om ondersteuning bij communicatie via Chainels. Helpende handjes kunnen zich melden bij Wilfred
- Iedereen die een cursus wil voor gebruik Chainels (circa 2 uur) kunnen zich melden bij Inge
- Chainels heeft een hoop mogelijkheden die we nog niet benutten, zoals bijvoorbeeld enquetes. Vooral in het benutten bij het leren van elkaar





DNA vertalen naar Branding

Stap 4:
Van plan naar realisatie

't klopt gewoon

Na alle inspanningen van afgelopen jaren is het centrum af. Aantrekkelijk, aangenaam. Mooie mix van winkels en horeca (...kan altijd nog beter). Prima parkeren, leuk uitgaan en relaxte terrasjes.

Beverwijk: 't klopt gewoon!

Hier zijn we trots op en gaan we met z'n allen lading aan geven. Kernwoorden/merkwaarden: Lekker, Eigenwijs en Verrassend. Kortom LEV.

Nieuw logo, nieuwe huisstijl is gekozen. Hoe past die 'lieve look' met hartje, bij de stoere, coole positionering van LEV? En hoe krijgen we dat verbonden met elkaar? In tekst, in concept en in de gewenste uitstraling?

Beverwijk

't klopt gewoon



LEKKER EIGENWIJS VERRASSEND *Beverwijk*

LEV: Lekker Eigenwijs Verrassend

VERKENNING NAAR MIDDELEN

Broodje LEV

LEV Dessert

Patatje LEV

De LEVtas

LEVlekker route
(alle horeca)

LEVfashion trail

LEVpoints sparen

LEV combikorting

LEV uitverkoop

LEV magazine

LEV-app

LEVsite: website van het centrum

'Met alle LEVde pak ik het voor u in' > 'Liever met LEV' > 'Een kwestie van LEV' > etc



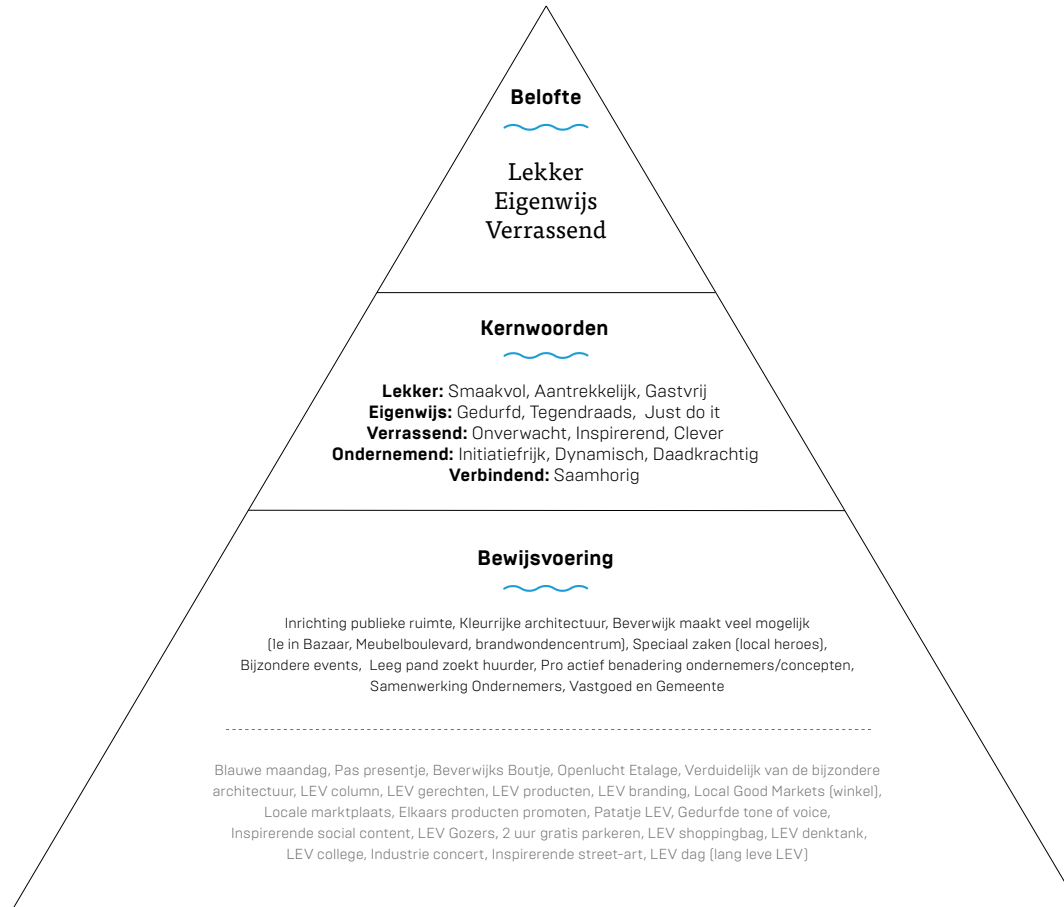
Positioning Map

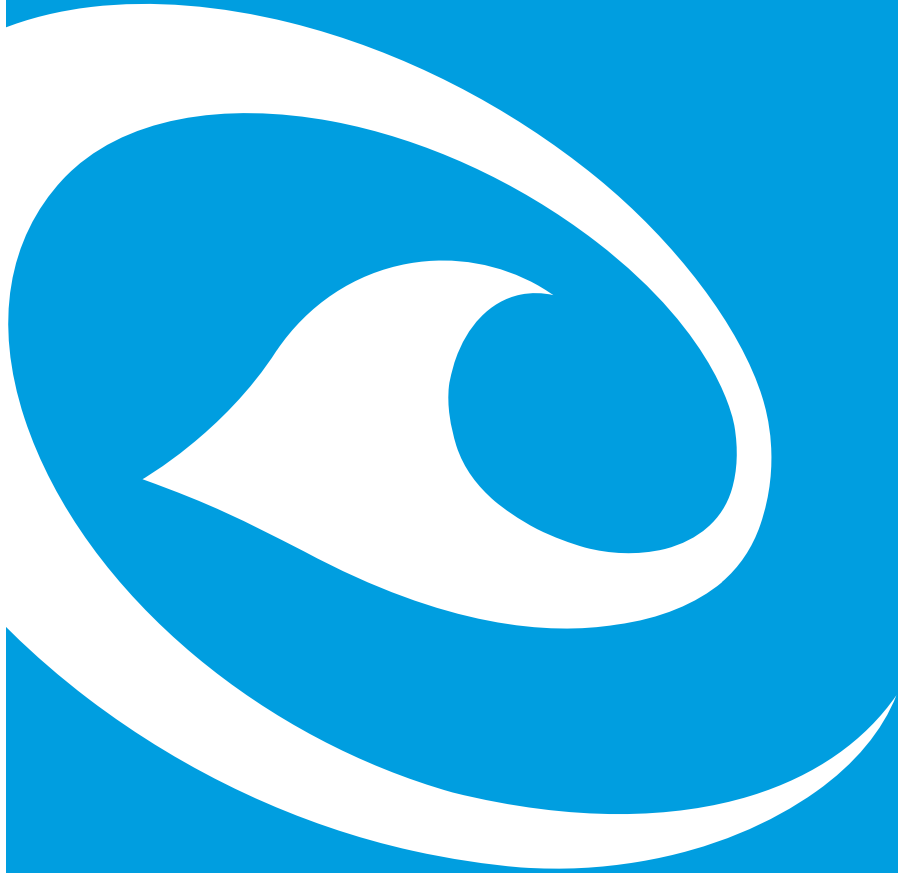
Gemeente Beverwijk

Augustus 2018

Ambitie 2020 - 2022

Ondernemend Stadshart met LEV





Story Map

Gemeente Beverwijk

Augustus 2018

Belofte

Lekker, Eigenwijs en Verrassend

Wat

Beverwijk Centrum is gastvrij én lekker eigenwijs.

Waarom

Beverwijk Centrum weet wat ze wil. Maar ook jij wil: Een glimlach op je gezicht, een plek waar je slaagt en inspiratie opdoet; een omgeving die je telkens weer verrast. Het is een uitdaging die nooit voor ons stopt.

Hoe

In een wereld die versneld verandert, moet je verrassen in de hoogste versnelling. De kracht die je daarvoor nodig hebt, haal je uit het collectief. Samen maken wij het verschil; winkeliers, gemeente, bewoners én bezoekers. Iedereen is belangrijk!

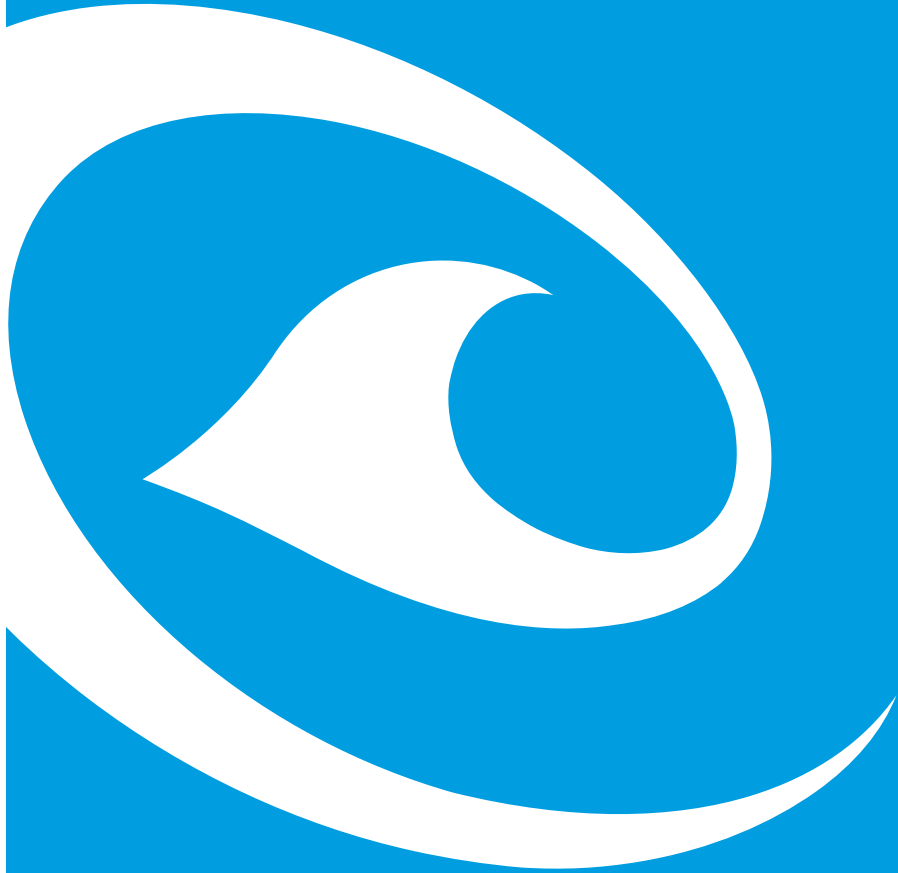
Bewijs

Voor de consument

- Campagne LEV
- LEV event (fun, entertainment, variatie)
- Gastvrije winkeliers (niet verkopen maar helpen)
- Fijne omgeving (groen, ontspannen, schoon en bereikbaar)
- We koesteren diversiteit aan speciaalzaken
- Sterke formules tonen LEV
- LEV producten (van de maand)
- LEV ondernemers (durven experimenteren)
- LEV menu
- Samenwerkende winkeliers (elkaars producten showen)
- LEV paspresentje
- Industrieel podium in centrum
- Feedback loop (Facebook en Denktank)
- Actief social media beleid

Voor de ondernemers

- LEV artikel
- Marktplaats LEV
- Chainels met vaste LEV rubriek
- LEV Denktank
- Ondernemers coach
- Collectieve aanpak
- Winkelpand zoekt specialist



Persona Map

Gemeente Beverwijk

Augustus 2018



Inwoonster Isabel

Direct, Nuchter, Initiatiefrijk /
Ondernemend, Nieuwsgierig
Betrokken, Individueel
(gezinsgericht)

Bio

Algemeen

Man/vrouw: Vrouw
Leeftijd: 35 jaar
Opleiding: HBO
Woonplaats: Beverwijk
Inkomen: Middelen

Werk en rol

Functie: Deeltijd in de Zorg
Werkgever: Rode Kruis Ziekenhuis
Product/Aanbieder/Leverancier
Intermediair/Afnehmer: Afnehmer
Recommender/Influencer
Decisionmaker/Approver: Decisionmaker / Influencer

Privé

Burgerlijke staat: Getrouwd
Gezinssamenstelling: 2 kinderen, jongen en meisje,
4 en 7 jaar
Woningtype: Tussen aangezinswoning, Broekpolder,
nieuwbouw, vinex
Vervoer: Fiets en Auto (nieuw of lease)
Hobby: Hockey (Overbosch) en sportschool
Vakantiebestemming: Griekenland, Zakynthos dus
meerdere keren per jaar
Nieuwsbron: Beverwijk.nl, Nu.nl
Politieke voorkeur: D66 / Groenlinks

Type persoonlijkheid



Motivatie

Drijfveren



Behoeften en doelen

Belangrijkste doel
• Primair: Vinden wat ze nodig heeft (kopen)

Secundaire doelen

• gezelligheid beleven / mensen ontmoeten en verrast worden door
aanbod / inspiratie opdoen

Belemmeringen, blokkades, pijnen, angsten, frustraties

Wat remt de persona?

• Online shoppen is makkelijk, winkelaanbod omliggende gemeente,
parkeergeld, beperkt horeca aanbod (weinig terrassen, kwaliteit)
• Beperkt aantrekkingskracht man en kids
• Mist verwen formules zoals Rituals
• Goegemeente blijft hangen in negativiteit
• Winkelgebied heeft online achterstand

Waar baalt de persona van?

• Kwaliteit Horeca
• Ongeïnteresseerd winkelpersoneel
• Dat ze niet kan vinden wat ze nodig heeft

Waar wordt de persona gelukkig van?

Waarmee helpen we doelen bereiken?

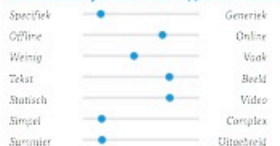
• Toevoegen van Verwen / Succes formules (happy gevoel winkels)
• Schoon gebied
• Gezelligheid / Sfeer
• Entertainment (niet even anders)
• Aandacht / Service (verwend worden / welkom voelen in de winkel)

Communicatie

Media gedrag



Ontvankelijkheid voor type communicatie



Key differentiator

**Wat zijn voor deze persona de belangrijkste aspecten, producten
en/of diensten van jouw organisatie die ertoe bijdragen dat
doelen worden bereikt?**

• Divers aanbod, functioneel en gezellig winkelgebied, makkelijk
bereikbaar.

Belangrijkste onboardingsdrempels

**Wat zijn voor deze persona de belangrijkste drempels die moeten
worden overwonnen?**

• Verrezenne elementen, meer gastvrijheid, meer horeca, verwen
winkelaanbod, online verleiding van lokaal aanbod, negatieve
perceptie moet overwonnen worden.

Blank lined area for notes, with a pencil icon in the top right corner.



Regionale Renate

Ondernemend, Nieuwsgierig
Pragmatisch, Gezelligheidsdier
Bewust (gezond), Levenslustig

Bio

Algemeen

Man/vrouw: Vrouw
Leeftijd: 40 jaar
Opleiding: HBO
Woonplaats: Heerhugowaard
Inkomen: Middel

Werk en rol

Functie: Deeltijd, Office manager
Werkgever: Personal Care Concept
Product/Aanbieder/Leverancier
Intermediair/Afnehmer: Afnehmer
Recommender/Influencer
Decisionmaker/Approver: Decisionmaker / Influencer

Privé

Burgerlijke staat: Getrouwd
Gezinssamenstelling: 2 kinderen, 2 jongens, 1 en 9
Woningtype: Tussenwoning eengezinswoning, nieuwbouw, Vinex
Vervoer: Fiets en Auto
Hobby: Tennis
Vakantiebestemming: Auto Frankrijk naar camping, Centerparcs
Nieuwsbron: Nuni, social
Politieke voorkeur: VVD / Lokaal

Type persoonlijkheid



Motivatie

Drijfveren



Behoeften en doelen

Belangrijkste doel

- Primair: Vinden wat ze nodig heeft (kopen)
- Routine doorbreken

Secundaire doelen

- Kwaliteit aanbod / even iets anders en inspiratie opdoen

Belemmeringen, blokkades, pijnen, angsten, frustraties

Wat remt de persona?

- Online shoppen is makkelijk
- Lokaal winkelaanbod
- Mist verwen formules
- Kennis van totaal aanbod van Beverwijk (er is nog meer)

Waar baalt de persona van?

- Kwaliteit horeca
- Geen gastvrij ontvangst in centrum en in winkels
- Dat ze niet kan vinden wat ze nodig heeft

Waar wordt de persona gelukkig van?

Waarmee helpen we doelen bereiken?

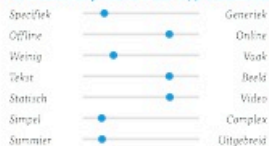
- Bewustwording van totaal aanbod of keuzes
- Goede horeca
- Aanbod van verwen winkels
- Gastvrij centrum
- Gemak

Communicatie

Media gedrag



Ontvankelijkheid voor type communicatie



Key differentiator

Wat zijn voor deze persona de belangrijkste aspecten, producten en/of diensten van jouw organisatie die ertoe bijdragen dat doelen worden bereikt?

- Winkel aanbod, speciaal winkels, totaal aanbod, in Beverwijk is het niet even anders, toegankelijk, uit de routine, uitje, aanvullend, efficiënt shoppen. Beverwijk is schoon, geeft gemak, is overzichtelijk centrum en doelgericht.

Belangrijkste onboarding drempels

Wat zijn voor deze persona de belangrijkste drempels die moeten worden overwonnen?

- Te weinig kennis over Beverwijk en matige online presence.



Blank lined area for notes.



Ondernemende Oscar

Trendgevoelig, Aanpakker,
Optimistisch, Eager, Lef, Sociaal,
Ongeduldig

Bio

Algemeen

Man/vrouw: Man
Leeftijd: 35 jaar
Opleiding: HBO, marketing
Woonplaats: Amsterdam
Inkomen: 2x modaal

Werk en rol

Functie: Ondernemende Winkelier
Werkgever: -
Producent/Aanbieder/Leverancier
Intermediair/Afnemer: Aanbieder en Afnemer
Recommender/Influencer
Decisionmaker/Approver: Influencer

Privé

Burgerlijke staat: Samenwonend
Gezinssamenstelling: Geen kids
Woningtype: Appartement, IJ
Vervoer: Audi A3
Hobby: Voetbal, Wining en Dining, Vloggen, Netflix
Vakantiebestemming: Ibiza
Nieuwsbron: Online, Nu.nl, Blendle, De Correspondent
Politieke voorkeur: VVD

Type persoonlijkheid



Motivatie

Drijfveren



Behoeften en doelen

Belangrijkste doel

- Goed draaiende winkel
- Leuke werkomgeving

Secundaire doelen

- Waardering
- Betekenisvol zijn
- Persoonlijk ontwikkelen
- Work-Life balance
- Geïnspireerd blijven

Belemmeringen, blokkades, pijnen, angsten, frustraties

Waar baalt de persona van?

- Regelgeving, onbegrip

Waar wordt de persona gelukkig van?

Waarmee helpen we doelen bereiken?

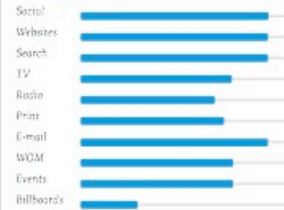
- Succes, waardering, positief gevoel, aandacht
- Goede samenwerking gouden driehoek eigenaren, ondernemers, gemeente
- No nonsens cultuur

Hoe halen we barrières weg?

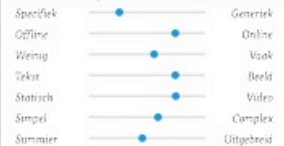
- Creatief omgaan met regels
- Negatief beeld van bezoekers en winkelgebied wegnemen
- Onderbouwing van cijfers, huren, aantallen, klanten, omzet

Communicatie

Media gedrag



Ontvankelijkheid voor type communicatie



Key differentiator

Wat zijn voor deze persona de belangrijkste aspecten, producten en/of diensten van jouw organisatie die ertoe bijdragen dat doelen worden bereikt?

- Steeds meer samenwerking, zien de kracht van collectiviteit, kennisdelen, oplossing gerichte Gemeente.

Belangrijkste onboardings drempels =

Wat zijn voor deze persona de belangrijkste drempels die moeten worden overwonnen?

- Soms geen zaken minder snel.



Vastgoed Vincent

Succesvol, Zelfverzekerd,
Ambitieuw, Hard / Zakelijk,
Resultaat gericht, Workaholic

Bio

Algemeen

Man/vrouw: Man
Leeftijd: 50 jaar
Opleiding: HBOplus, bedrijfsconomie
Woonplaats: Heemstede
Inkomen: 4x modaal

Werk en rol

Functie: Ontwikkelaar
Werkgever: Zelfstandig
Producent/Aanbieder/Leverancier
Intermediair/Afnehmer: Aanbieder
Recommender/Influencer
Decisionmaker/Approver: Decisionmaker

Privé

Burgerlijke staat: Gescheiden
Gezinssamenstelling: 3 kinderen, 18, 16 en 14
Woningtype: Villa, vrijstaand
Vervoer: BMW X5
Hobby: Golf, beleggingen
Vakantiebestemming: St. Tropez
Nieuwsbron: FD, Business class, Elsevier
Politieke voorkeur: VVD

Type persoonlijkheid



Motivatie

Drijfveren



Behoeften en doelen

Belangrijkste doel

- Grote klapper of Duurzaam Rendement

Secundaire doelen

- Haalbaar, Risicospreiding, Zekerheid

Belemmeringen, blokkades, pijnen, angsten, frustraties

Wat remt de persona?

- Wetgeving, Huurdersbelangen, Transformend Retailerschap

Waar is de persona bang voor?

- Pensioen zit in stenen dus veel minder waard, Faillissement ketens

Waar baalt de persona van?

- Dwarsliggende overheid, Leegstand, Lage huurtarieven, Huurders krijgen meer macht

Waar wordt de persona gelukkig van?

Waar mee helpen we doelen bereiken?

- Flexibele overheid, Meedenken / Omschakelen, Rendement, Buitenkansjes, Garanties geven
- Goede samenwerking gouden driehoek eigenaren, ondernemers, gemeente
- No nonsens cultuur

Hoe halen we barrières weg?

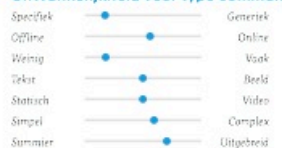
- Samenwerking, vastgoed, ondernemers en gemeente, Kansen op presentatie bleedje geven, Kennisdeling
- Inspiraerde voorbeelden laten zien

Communicatie

Media gedrag



Ontvankelijkheid voor type communicatie



Key differentiator

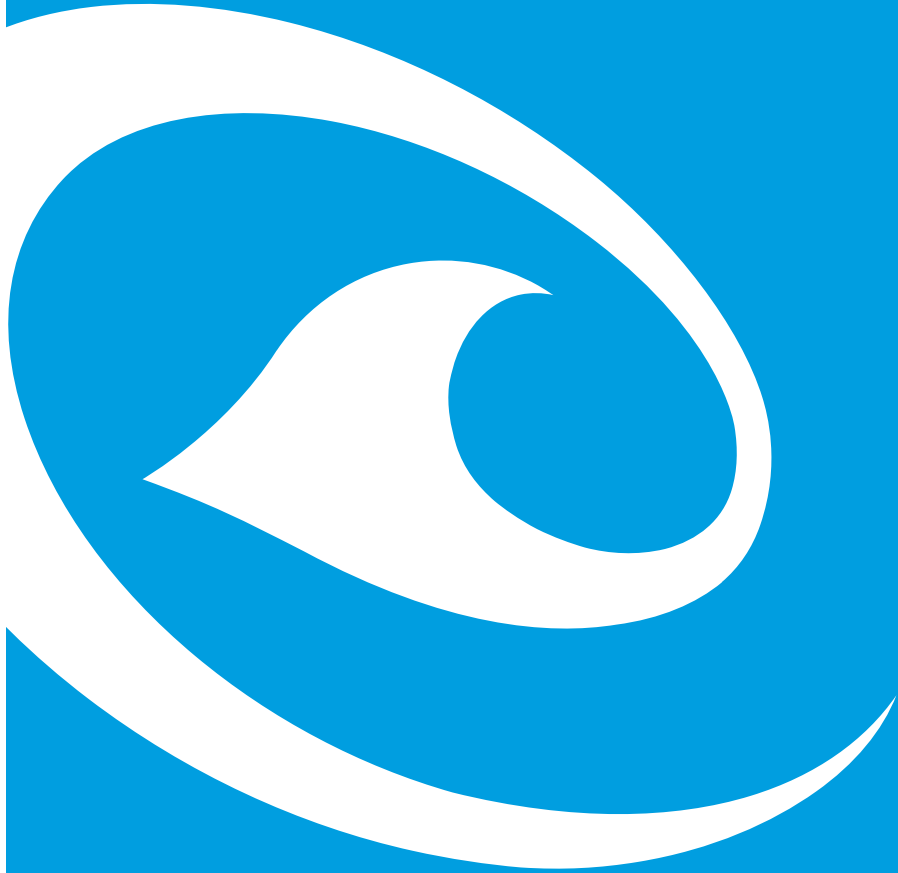
Wat zijn voor deze persona de belangrijkste aspecten, producten en/of diensten van jouw organisatie die ertoe bijdragen dat doelen worden bereikt?

- Kansen inzichtelijk brengen, Meedenkende overheid, bij elkaar brengen [Vve], Kennisdeling.

Belangrijkste onboardings drempels

Wat zijn voor deze persona de belangrijkste drempels die moeten worden overwonnen?

- Anders over rendement danken, Lange termijn boven korte termijn stellen, Gemeente als verbinder zien, Versnellen van processen / vergunningen, Minder regeldruk, Helpen verbinden.



Style Map

Gemeente Beverwijk

Augustus 2018

Logo Beverwijk



Kleurverdeling (hulstijl)

Primair gebruiken we het witte logo op het roest maar wanneer door een donkere achtergrond het contrast te klein wordt of de stijl van de uiting het vereist maken we gebruik van de zwarte versie van het logo. Andere kleurversies van het logo bestaan niet en mogen ook niet gemaakt worden.



Wit op roest



Uitgesneden in roest



Zwart op roest



App icon/profile pic

Logo Beverwijk



Kleurverdeling (hulstijl)

Primair gebruiken we het witte logo op het roest maar wanneer door een donkere achtergrond het contrast te klein wordt of de stijl van de uiting het vereist maken we gebruik van de zwarte versie van het logo. Andere kleurversies van het logo bestaan niet en mogen ook niet gemaakt worden.



Wit op roest



Uitgesneden in roest



Zwart op roest



App icon/profile pic

Logo Beverwijk



Kleurverdeling (hulstijl)

Primair gebruiken we het witte logo op het roest maar wanneer door een donkere achtergrond het contrast te klein wordt of de stijl van de uiting het vereist maken we gebruik van de zwarte versie van het logo. Andere kleurversies van het logo bestaan niet en mogen ook niet gemaakt worden.



Wit op roest

Style

Logo [page 3]



Colours



Rusty

white

black

cmYk: 0/0/0/0

cmYk: 100/0/0/0

#255 0 255 0 255
#FFFFFF

#0 0 0 0
#000000

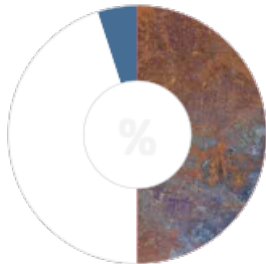


Beverwijk blue
[Call to action kleur voor online gebruik]

cmYk: 76/56/22/3

#16 9 106 b 166
#4C8A92

Proportions



Typography (google-fonts)

Headings gist Rough upright

Gist Rough upright voor koppen die sterk moeten communiceren. Belangrijk voor de eigen identiteit.

H2: Ruda, black

H3: Ruda, regular

H4: Heading style - Ruda black

P: Paragraph style - Ruda regular, 18 pt
Lorum ipsum dolor adipiscing vel scelerisque nisi consectetur et. Vivamus sagittis lacus vel augue lorem ipsum della laoreet rutrum faucibus dolor auctor. Aenean Etiam Ruda regular (soft call to action).

Ruda voor subtitels en bodytekst (makkelijk leesbaar lettertype)

SOMS ONTMOET JE IEMAND
GEWOON OP STRAAT
RAAK JE ZOMAAR MET
IEMAND AAN DE PRAAT

Photographs voor Quotes

Stijl offline



Stijl online



Voorbeelden



Voorbeelden



Voorbeelden

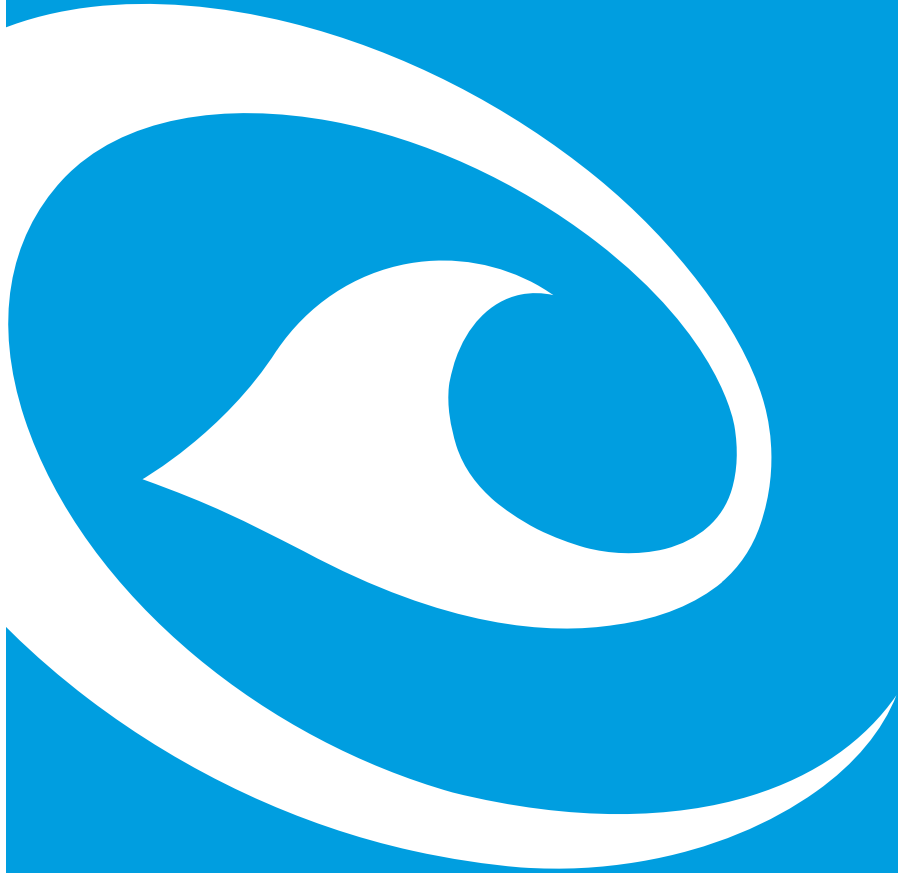




LEVV

Beverwijk

fotolia



Site & content Map

Gemeente Beverwijk

Augustus 2018

Beverwijk Centrum is gastvrij, groen én lekker eigenwijs.

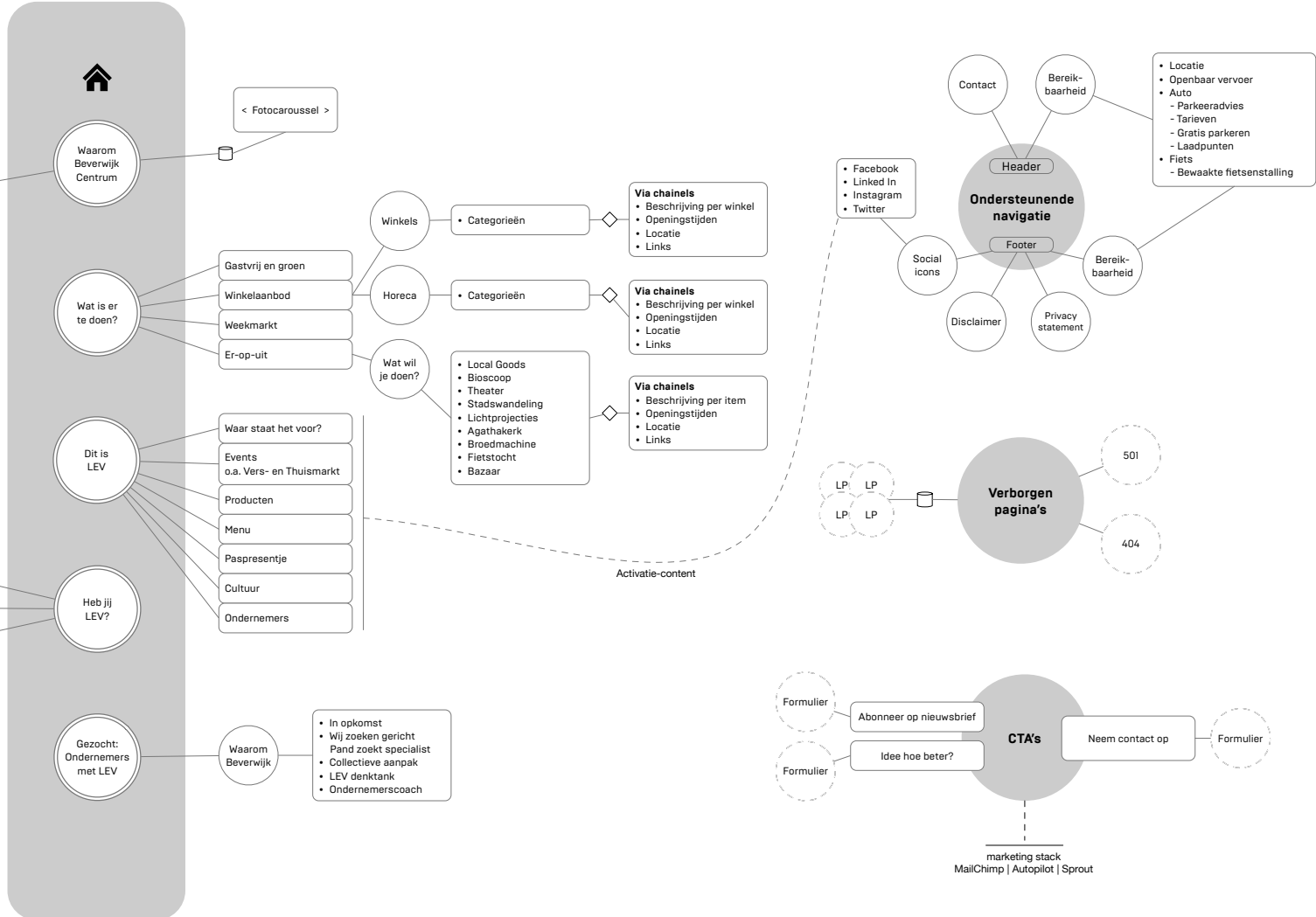
Beverwijk Centrum weet wat ze wil. Maar ook jij wil: Een glimlach op je gezicht, een plek waar je slaagt en inspiratie op doet; een omgeving die je telkens weer verrast. Het is een uitdaging die nooit voor ons stopt.

In een wereld die versneld verandert, moet je verrassen in de hoogste versnelling. De kracht die je daarvoor nodig hebt, haal je uit het collectief; winkeliers, gemeente, bewoners én bezoekers. Iedereen is belangrijk!

Geef je mening op FB!

Denktank

Nieuwsbrief



Intervisie 'Branding en positionering van winkelgebieden'

Beverwijk, dinsdag 28 augustus 2018



Retailagenda

Co creatie brainstorm 1:

Wat is volgens jullie de optimale route om te komen tot een krachtige en onderscheidende positionering van het centrumgebied die door iedereen wordt gedragen?



Co creatie brainstorm 2:

Wat is een effectieve manier om de gekozen positionering op overtuigende wijze aan de verschillende doelgroepen te presenteren/communiceren?

